

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS



UFOP
Universidade Federal
Ouro Preto

**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM AMBIENTES TRADICIONALMENTE
MASCULINOS: O CASO DE BARBEARIAS DE OURO PRETO E MARIANA - MG**

KÉSSIA CRISTINA DE PAULA

MARIANA

2024

KÉSSIA CRISTINA DE PAULA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM AMBIENTES TRADICIONALMENTE
MASCULINOS: O CASO DE BARBEARIAS DE OURO PRETO E MARIANA - MG**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito para obtenção do título Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. DSc. Fernanda Maria Felício Macedo Boava

**MARIANA
2024**

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

P324e Paula, Kessia Cristina De.
Empreendedorismo feminino em ambientes tradicionalmente masculinos [manuscrito]: o caso de barbearias de Ouro Preto e Mariana - MG. / Kessia Cristina De Paula. - 2024.
37 f.: il.: color., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Fernanda Maria Felicio Macedo Boava.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Administração .

1. Barbearias. 2. Empreendedorismo. 3. Identidade de gênero no ambiente de trabalho. 4. Mulheres nas profissões. I. Boava, Fernanda Maria Felicio Macedo. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 005.212

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

Késsia Cristina de Paula

Empreendedorismo feminino em ambientes tradicionalmente masculinos: o caso de barbearias de Ouro Preto e Mariana - MG

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em 23 de fevereiro de 2024

Membros da banca

Dra. Fernanda Maria Felício Macedo Boava - Orientadora Universidade Federal de Ouro Preto
Dra. Carolina Machado Saraiva - Universidade Federal de Ouro Preto
Dra. Ana Flávia Rezende - Universidade Federal de Ouro Preto

Fernanda Maria Felício Macedo Boava, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 11/03/2024.



Documento assinado eletronicamente por **Fernanda Maria Felício Macedo Boava, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 29/02/2024, às 16:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0676074** e o código CRC **B2A47E05**.

DEDICATÓRIA

A todos que estiveram comigo nos momentos
cruciais e nunca deixaram me abater!

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus Nosso Senhor, toda glória seja dada a ele que possibilitou que eu chegasse até aqui.

A minha Mãe que sempre foi meu alicerce, a minha Madrinha Alice que sempre me inspirou, todos meus irmãos e familiares e meu Paidastro que sempre não deixou faltar o apoio.

Ao meu marido André Lessa que sempre foi companheiro!

Aos meus amigos de UFOP que foram parceiros em tantos momentos, todos meus amigos da vida que sem eles para auxiliar seria impossível!

A todos os mestres que me ensinaram tanto e a Fernanda Boava por toda paciência, ensinamentos e incentivos!

“A fé na vitória tem que ser inabalável”.
Marcelo Falcão

RESUMO

O presente estudo visa desvelar os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras que atuam no setor de barbearias em cidades históricas como Ouro Preto e Mariana localizadas em Minas Gerais. Para isso, adotou-se uma abordagem qualitativa que embasa a realização da coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas com mulheres empreendedoras que possuem barbearias nesses municípios. Para análise dos dados empregou-se a técnica de análise de conteúdo, permitindo identificar categorias para estudo da problemática de investigação. Essa pesquisa se justifica pelas questões de gênero envolvidas na prática do empreendedorismo por mulheres, aliado a isso, o ramo de barbearia ainda é significado como uma ação tradicionalmente ligada a barbeiros homens. Os resultados revelam que as mulheres empreendedoras enfrentam uma série de desafios, incluindo a resistência cultural e estereótipos de gênero que associam a profissão de barbeira à masculinidade. Os clientes resistem muito tempo até aceitarem o corte por uma mulher. Além disso, os participantes destacaram questões relacionadas com a concorrência, a gestão de negócios e a obtenção de reconhecimento no mercado e crédito. Desse modo, conclui-se que a igualdade de gênero ainda é uma luta em constante desenvolvimento no mundo dos negócios. Enfatiza-se, no mais, a necessidade de políticas públicas e estratégias de apoio ao empreendedorismo feminino para criar um ambiente mais inclusivo e igualitário nas barbearias dessas cidades.

Palavras-chave: Gênero; Empreendedorismo Feminino. Barbearias.

ABSTRACT

The present study aims to reveal the challenges faced by female entrepreneurs who work in the barbershop sector in historic cities such as Ouro Preto and Mariana located in Minas Gerais. To achieve this, a qualitative approach was adopted that supports data collection through semi-structured interviews with female entrepreneurs who own barbershops in these municipalities. To analyze the data, the content analysis technique was used, allowing categories to be identified for studying the research problem. This research is justified by the gender issues involved in the practice of entrepreneurship by women, combined with this, the barbershop business is still seen as an action traditionally linked to male barbers. The results reveal that women entrepreneurs face a series of challenges, including cultural resistance and gender stereotypes that associate the barber profession with masculinity. Clients resist for a long time before accepting a cut by a woman. Furthermore, participants highlighted issues related to competition, business management and obtaining market recognition and credit. Therefore, it concludes that gender equality is still a struggle in constant development in the business world. Furthermore, the need for public policies and strategies to support female entrepreneurship is emphasized to create a more inclusive and egalitarian environment in barbershops in these cities.

Keywords: Gender; Female Entrepreneurship. Barbershops.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Roteiro de entrevista semiestruturado.....	20
Quadro 2 – Perfil das Mulheres Empreendedoras Barbeiras.....	21
Quadro 3 – Categoria Temática I.....	22
Quadro 4 – Categoria Temática II.....	23
Quadro 5 – Categoria Temática III.....	24
Quadro 6 – Categoria Temática IV.....	26
Quadro 7 – Categoria Temática V.....	28
Quadro 8 – Número de Frases em Unidades Categorizadas.....	29
Figura 1: Esquema Interpretativo do Empreendedorismo Feminino em Barbearias.....	31

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. RELAÇÕES DE GÊNERO.....	11
2.1 Origens e Conceitos.....	11
2.2 Divisão Sexual do Trabalho.....	13
3 EMPREENDEDORISMO.....	15
3.1 Origens e Conceitos	15
3.2 Empreendedorismo Feminino.....	17
4. METODOLOGIA.....	19
4.1 Delineamento.....	19
4.2 Processo de coleta de dados.....	19
4.3 Técnica de análise de dados.....	21
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	22
5.1 Apresentação das Categorias de Análise.....	22
5.2 Análise conjunta das Categorias.....	29
6 CONCLUSÃO.....	32
Referências.....	33

1. INTRODUÇÃO

À medida que as relações de trabalho se globalizam, cresce a conscientização sobre a gestão da diversidade. Estudos e políticas investigam os desafios gerados pelas diferenças nos ambientes organizacionais, com o objetivo de desenvolver estratégias eficazes para gerenciá-las. Esse cenário também traz mudanças em relação à visão sobre as mulheres no ambiente de trabalho, com mais oportunidades de cargos e funções antes exclusivos para homens (Reeves, McKinney e Zam, 2013).

Essa conquista de espaço no mercado por mulheres decorre do surgimento dos movimentos feministas no meio do século XX. Com isso, houve um aumento progressivo da influência das mulheres no espaço público, embora de maneira inicial. Tradicionalmente, as mulheres eram designadas às responsabilidades domésticas e não eram vistas como provedoras de família. No entanto, nos dias de hoje, é possível observar como as mulheres estão se tornando mais presentes em algumas empresas, conquistando espaços em vários setores que anteriormente eram predominantemente masculinos (Siqueira e Bussinger, 2020).

Figueiredo (2022) descreveu que, no âmbito da teoria e da implementação do crescimento econômico, o exame da participação da mão de obra feminina assume uma configuração única. As mulheres se vêem compelidas a buscar emprego em um cenário competitivo e não necessariamente igualitário. Nesse contexto, o presente estudo se concentra na investigação dos obstáculos e impedimentos que as mulheres enfrentam ao ingressar em um mercado de trabalho tradicionalmente dominado por homens, principalmente, quando decidem empreender.

No contexto das barbearias, um espaço laboral comumente associado ao universo masculino, as mulheres empreendedoras enfrentam desafios e paradigmas. Apesar das dificuldades, empreender significa desenvolver algo novo e criar expectativas de aceitação do mercado.

Diante desse cenário, tem-se a seguinte questão de investigação: Quais são os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no ramo de barbearias localizadas em Ouro Preto e Mariana-MG?

Para isso, realizou-se uma pesquisa de caráter qualitativo baseada em dados provenientes de entrevistas semiestruturadas junto a mulheres que empreendem neste ramo em Ouro Preto e Mariana visando conhecer na prática quais foram os desafios que essas enfrentaram.

Reis (2012) argumenta que o aumento da presença das mulheres no mercado de trabalho desde o início resultou em uma persistente onda de discriminação e rejeição que ainda persiste nos dias de hoje. Essa discriminação é ainda mais acentuada no ambiente profissional e continua demandando a implementação constante de medidas corretivas e estimulando debates.

Houve um aumento no progresso das mulheres em suas carreiras, no entanto, esse avanço ainda está significativamente aquém dos homens, devido à consideração de que as experiências de equilibrar uma dupla jornada, que inclui trabalho doméstico e responsabilidades de cuidado, destacam claramente as disparidades nos contextos de vida das trabalhadoras em comparação aos trabalhadores (Ferrito, 2021).

A escolha desse tema se justifica, assim, devido à crescente busca por igualdade de gênero no mundo contemporâneo. Embora tenha se alcançado progressos significativos na promoção da equidade de gênero, ainda existem setores, como o de barbearias, nos quais a presença feminina é limitada e as mulheres enfrentam desafios particulares ao empreender nesses ambientes.

Além disso, Ouro Preto e Mariana, cidades históricas de Minas Gerais, são conhecidas por sua tradição cultural e conservadorismo da população. Estudar a presença de mulheres nesse contexto específico pode contribuir para a compreensão aprofundada dos desafios enfrentados por mulheres empreendedoras em ambientes laborais ditos masculinos, já que essas duas localidades apresentam mais de 300 anos de criação.

Espera-se, portanto, relacionar empreendedorismo e gênero em um contexto laboral de barbearias produzindo conhecimento para embasar a melhor compreensão da prática empreendedora por mulheres, bem como, do conhecimento acadêmico sobre esses dois eixos temáticos.

2. RELAÇÕES DE GÊNERO

2.1 Origens e Conceitos

O surgimento do conceito de gênero na década de 1970 marca um avanço na teoria e promove uma discussão que vai além das análises limitadas das características biológicas de cada sexo (Calas e Smircich, 2010).

Com a introdução desse conceito, as relações entre homens e mulheres passam a ser vistas como o resultado de um processo que reflete as influências históricas, sociais e culturais sobre os papéis de gênero, incluindo as identidades pessoais (Calas e Smircich, 2010).

Assim, para entender melhor a evolução da categoria de gênero, é fundamental destacar alguns momentos-chave na luta feminista (Toledo, 2021).

De acordo com Portella e Gouveia (1992), ao longo do século XIX, surgiram concepções que acabaram refletindo nas áreas das ciências naturais e sociais. Tanto o positivismo de Comte quanto as teorias evolucionistas de Darwin não tiveram um impacto positivo no movimento feminista, pois, a partir desse contexto naturalista, todas as argumentações sobre as diferenças de gênero foram derivadas, enfatizando a subordinação da mulher. Esse argumento persiste até os dias atuais e sustenta a persistente desigualdade de gênero. A ideia de inferioridade da mulher teve uma longa e árdua trajetória ao longo da história.

Na década de 1960, o movimento feminista nos Estados Unidos, liderado por figuras como Friedman, introduziu uma abordagem radical na busca pela igualdade de gênero, incluindo uma notável ação de queima de apoios em locais públicos. Esse movimento mobilizou mulheres para saírem às ruas e abriu caminho para outros movimentos que surgiram na década de 1980. Nesse período, o pensamento feminista evoluiu, influenciado por Simone de Beauvoir, que enfatizou a importância de "viver as diferenças na igualdade" (Macedo e Macedo, 2004).

No século XX, Beauvoir escreveu sua obra seminal, "O Segundo Sexo", e desenvolveu o feminismo existencialista. Em sua obra, ela rejeitou a ideia de um matriarcado, contradizendo a visão de Engels, que alegava que as mulheres tinham detido o poder em algum momento da história antes da propriedade privada. Para Beauvoir, o patriarcado era uma constante universal em todos os sistemas políticos e econômicos, destacando assim a presença histórica do poder masculino (Beauvoir, 1980).

Dessa maneira, a questão de gênero aborda as concepções individuais de masculinidade e feminilidade, ou seja, o que significa ser considerado masculino ou feminino, como a educação que é dada às pessoas como meninos ou meninas, e a criação de uma identidade moldada pela cultura e pela sociedade, que está repleto de atributos, privilégios e limitações. Isso também inclui explicações para as diferenças com base em características biológicas (Macedo e Macedo, 2004).

Os processos sociais e indivíduos envolvidos na formação da identidade de gênero desempenham um papel fundamental na superação da ideia comum de que homens e mulheres são naturalmente destinados a desempenhar papéis específicos, e que fatores biológicos devem determinar suas funções (Macedo e Macedo, 2004).

Conforme observado por Scott (1990), ao contrário do sexo, o gênero é uma construção socialmente elaborada e representada.

A presença de categorias de gênero reflete uma desigualdade na divisão de obrigações na construção social da vida. A sociedade impõe uma distribuição de responsabilidades que não está sob o controle das pessoas, e os critérios para essa distribuição são influenciados pelo sexismo, classismo e racismo. A posição social atribuída a cada indivíduo influenciará sua capacidade de garantir sua própria sobrevivência com base em seu gênero, classe social e raça, moldando assim sua perspectiva da realidade (Carloto, 2001).

Diante dessas atribuições de responsabilidades para cada gênero tem-se a divisão sexual do trabalho discutida na sequência.

2.2 Divisão Sexual do Trabalho

Conforme Lobo (1991), a divisão de papéis baseada no gênero assume diversas formas em momentos específicos da história, e é desenvolvida como uma prática social. Às vezes, mantem-se tradições que estabelecem tarefas específicas para homens e mulheres na indústria, enquanto em outras ocasiões, criam novas maneiras de dividir o trabalho de acordo com o gênero. A subordinação de gênero e a desigualdade nas relações trabalhistas entre homens e mulheres não se refletem apenas na atribuição de tarefas, mas também nos critérios que determinam a qualificação de tarefas, nas diferenças salariais e na disciplina trabalhista.

A pesquisa sobre a divisão de trabalho com base no gênero foi conduzida em várias nações, no entanto, na França, nos primeiros anos da década de 1970, foi onde as fundamentações teóricas desse conceito se fortaleceram, impulsionadas pelo movimento feminista. Conforme Castro (1992) a ideia de separação de gêneros no mercado de trabalho trouxe à tona publicações importantes sobre as contribuições das mulheres nos domínios público e privado, revelando o papel muitas vezes invisível desempenhado por elas na reprodução social sem remunerações.

De acordo com Souza e Guedes (2016), a distribuição de tarefas entre os gêneros historicamente designou às mulheres a responsabilidade do cuidado do lar, uma função muitas vezes vista como de pouco prestígio social, quando não completamente invisível. Por outro lado, a produção de material foi reservada aos homens, o que conferia prestígio e poder na sociedade.

Dentro da sociedade capitalista, essa divisão de trabalho baseada no gênero fez com que as mulheres fossem invariavelmente encarregadas dos afazeres domésticos, independentemente da idade, ocupação ou nível de renda, devido à crença persistente na suposta predisposição feminina para o cuidado. Isso limitou inicialmente a vida das mulheres no âmbito privado e, posteriormente, à medida que ocorriam mudanças socioeconômicas e as mulheres buscavam maior independência, a entrada das mulheres no mercado de trabalho não equilibrou as responsabilidades de gênero, pelo contrário, acentuou as limitações enfrentadas por elas (Souza e Guedes, 2016).

Atualmente, as mulheres juntam, de forma mais ou menos equitativa, a responsabilidade pela provisão financeira da família com os homens, ao mesmo tempo em que continuam predominantemente responsáveis pelas tarefas domésticas e de cuidado. Sair de casa e obter conquistas visíveis na esfera pública representou uma revolução incompleta, uma vez que as mulheres ainda são as principais responsáveis pelo trabalho no âmbito privado, perpetuando assim uma divisão desigual e desfavorável das responsabilidades de gênero (Ferrito, 2021).

Weber (1964) descreveu a lógica patriarcal como um sistema de normas enraizado na tradição, onde a autoridade do chefe da comunidade doméstica é o cerne, e a piedade pessoal é fundamental, conferindo-lhe legitimidade de maneira tradicional.

Segundo Machado (2000), o patriarcado é associado, em termos gerais, a uma estrutura imutável que aponta imediatamente para a presença e exercício do domínio masculino. Essa dominação tem raízes antigas, remontando às primeiras sociedades, mas conseguiu se adaptar ao longo da história da humanidade e persistir de forma eficaz na contemporaneidade. Tanto é assim que Machado (2000) faz referência a um "patriarcado contemporâneo", que denota o estágio atual desse tipo de domínio. Mesmo passando por modificações ao longo dos séculos, ainda mantém princípios tradicionais, como a imposição da heterossexualidade compulsória, a exploração do potencial reprodutivo e sexual das mulheres, bem como a exploração de seus trabalhos, entre outras características.

Portanto, as mulheres seguem lutando para adentrar nas múltiplas dimensões do espaço público, no trabalho, na religião, lazer e, para isso, acumulam tarefas domésticas a essa nova realidade laboral. Nesse cenário, empreender se configura em um aspecto complexo, já que a mulher acumulará a atividade doméstica, o cuidado dos filhos e atividade laboral com a responsabilidade de gerir um negócio. Assim, a seguir tem-se considerações gerais acerca da dinâmica empreendedora.

3 EMPREENDEDORISMO

3.1 Origens e Conceitos

O conceito de empreendedorismo, desde sua introdução na literatura, tem sido associado à ideia de transformação. Ele se origina da fusão das palavras "entre" e "prende", indicando a posição no mercado entre fornecedores e consumidores. É possível argumentar que o empreendedorismo evolui ao longo do tempo, adaptando-se às mudanças do significado e seguindo as flutuações do sistema capitalista (Sarkar, 2008).

A primeira implementação concreta do princípio do empreendedorismo foi iniciada por Marco Polo, um comerciante que, visando criar uma rota terrestre de comércio entre a Europa e o Oriente, fechou acordos com investidores financeiros para comercializar seus produtos. Polo se transformou em um empreendedor ao assumir um papel proativo, encarando desafios comerciais e emocionais (Dornelas, 2014).

Já na área acadêmica, os primeiros estudos sobre empreendedorismo tiveram origem nos trabalhos dos economistas Cantillon, Say e Schumpeter. Segundo esses pesquisadores, o empreendedor assume riscos, busca inovações e impulsiona a "destruição criativa" (um termo introduzido por Schumpeter) ao renovar os recursos existentes, sejam eles produtos, serviços ou mercados (Maximiano, 2007).

Todavia, na literatura, ainda existem três principais perspectivas do empreendedorismo: a primeira é de natureza comportamental, a segunda é de enfoque gerencial e a terceira é de cunho econômico (Costa, Barros e Carvalho, 2011).

Na perspectiva comportamental, o empreendedor concentra sua atenção nas esferas sociais, tais como educação, formação e família, uma vez que esses fatores têm impacto em sua conduta e em suas inovações diárias. No enfoque gerencial, o empreendedor é considerado como o intermediário ou facilitador de organizações, buscando estabelecer relações com outras empresas visando ao desenvolvimento regional (Reis, 2016).

Já na abordagem econômica, o empreendedor desempenha um papel central no contexto do capitalismo, com suas ações voltadas para a criação de novos empreendimentos, a busca por lucratividade e a expansão para diferentes mercados (Reis, 2016).

Com isso, Ferreira, Pinto e Miranda (2015) ponderam, que embora não tenha surgido uma teoria empreendedora claramente definida, destacaram-se áreas centrais de pesquisa que se concentraram nas características empreendedoras, nas oportunidades não exploradas, na relevância dos recursos do empreendedor, incluindo seus recursos sociais e no impacto das redes relacionais.

Segundo Driessen e Zwart (2010), em relação às características dos empreendedores, eles identificam quatro competências fundamentais: o conhecimento, a motivação, as qualidades pessoais e as habilidades. De acordo com os autores, na análise de negócios, os elementos mais cruciais são as características e habilidades, uma vez que se concentram em diversos fatores, como o mercado, a estrutura organizacional, as finanças, a motivação, a criatividade, a eficácia, o senso de pertencimento, a autonomia, o poder, entre outros (Driessen e Zwart, 2010).

De acordo com Mendonça e Alves (2012), a habilidade empreendedora está vinculada à capacidade de conceber e desafiar ideias e paradigmas já estabelecidos. A geração de riqueza em determinadas áreas, assim como a criação e crescimento de negócios, ganha força graças às escolhas feitas pelos empreendedores, as quais têm impacto na vida de diversas pessoas. E, como destacado por Hisrich, Peters e Shepherd (2014), simultaneamente, essas decisões são influenciadas por fatores internos e externos ao ambiente onde o empreendimento está situado.

Assim, o empreendedorismo pode ser descrito como os procedimentos, as abordagens e as estratégias adotadas pela gestão para agir de maneira empreendedora, uma vez que se concentra na inovação (Coura, Oliveira e Reis Neto, 2018).

E, de acordo com Paiva Júnior (2004), o empreendedor pode ser descrito como primordialmente um indivíduo orientado para relacionamentos. Ele sugere que o empreendedor deva ser vinculado à colaboração entre diversos atores individuais e organizações, em vez de depender apenas de características pessoais e empresariais isoladas.

Com base em algumas discussões acadêmicas já conduzidas Lima (2010) procura entender o fenômeno do empreendedorismo ao mudar o enfoque do empreendedor como o principal objeto de estudo para uma perspectiva centrada na ação empreendedora e no contexto socioeconômico.

A concepção de ação empreendedora desenvolvida por Lima (2010) teve suas raízes nos trabalhos iniciais de Cramer (2002), Cramer, Lima e Brito (2002) e Tavares e Lima (2004). Essa perspectiva está alinhada com a ideia de que a ação é uma categoria fundamental para o estudo de organizações. Esses pesquisadores sugeriram que o foco na pesquisa sobre empreendedorismo deveria ser deslocado do empreendedor individual para a atividade empreendedora em si. Eles argumentaram que as atividades gerenciais e empreendedoras desempenham um papel crucial no crescimento das empresas, em sua diferenciação no mercado e, portanto, em sua competitividade (Gomes, 2013).

Portanto, empreendedorismo e empreendedor são conceitos relativamente recentes na pesquisa organizacional que seguem evoluindo nos debates, mas ainda não possuem um consenso acerca de uma definição única e integradora dos mesmos. Nesse cenário, tem-se ainda as discussões acerca de empreendedorismo feminino apresentadas na sequência.

3.2 Empreendedorismo Feminino

Sauer, Pescador e Walter (2023) com o intuito de abordar sobre mulheres empreendedoras, na busca de identificar e analisar os desafios predominantemente enfrentados por essas no município de Marechal Cândido Rondon, em relação aos seus empreendimentos, realizaram uma pesquisa através de questionário composto por 16 perguntas objetivas e 4 perguntas abertas, desenvolvido para caracterizar as empreendedoras, seus negócios e os desafios correspondentes. Os resultados revelaram que para as mulheres é difícil equilibrar as demandas da vida familiar com as profissionais. Muitas dificuldades devido à falta de suporte para tarefas domésticas, especialmente em situações de doença de filhos ou interferência. Consequentemente, concluiu-se que o sucesso nos empreendimentos, por meio da superação de desafios, está intrinsecamente ligado a resiliência individual e ao apoio familiar, seja por parte da participação, de pais ou amigos, contribuindo para que a mulher tenha mais tempo para se dedicar à sua saúde mental e aos negócios.

Já Alperstedt; Ferreira e Serafim (2014) através de um artigo com o objetivo de examinar os desafios enfrentados durante o percurso empreendedor, com base nas narrativas de vida das participantes do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios em Santa Catarina, para esse fim, a análise se concentrou nas trajetórias empreendedoras das 86 participantes da edição de 2010 do Prêmio, sendo que essas narrativas foram submetidas a uma análise interpretativa.

Os autores concluíram que entre as dificuldades identificadas no contexto empreendedor, destacam-se a percepção de falta de confiança depositada nelas e os conflitos de natureza pessoal, familiar e empresarial, com essas últimas dimensões competindo por sua atenção, além disso, são observados desafios relacionados à gestão, com ênfase nas questões financeiras e de mercado (Alperstedt; Ferreira e Serafim, 2014).

Por sua vez, um estudo realizado por Teixeira (2018) com o objetivo de examinar as razões por trás do crescimento do empreendedorismo feminino no Distrito Federal – DF, com ênfase nas principais variáveis que estão contribuindo para esse crescimento, conduziu uma pesquisa de campo envolvendo empresárias em atividade no DF, a fim de fundamentar a análise sobre o empreendedorismo feminino. Foram aplicados questionários a várias empreendedoras, utilizando uma amostra não-probabilística, teve como resultados da pesquisa revelando que 37% das empreendedoras têm mais de 40 anos de idade. Além disso, 70% das empresárias são casadas, e 80% das entrevistadas têm filhos, em média, entre 1 e 2 filhos. Quanto ao nível de educação, 37% das empreendedoras possuem apenas o Ensino Médio, enquanto 23% têm pós-graduação. Notavelmente, 36% dessas empresas empregam mais de 10 funcionários, 30% possuem de 8 a 10 funcionários, e 23% têm mais de 10 funcionários. Além disso, 60% das empreendedoras afirmaram que veem o empreendedorismo como uma oportunidade de negócio.

Através do objetivo de compreender as dificuldades que as mulheres empreendedoras enfrentam e as estratégias que elas adotam ao gerenciar seus negócios na cidade de João Pessoa, localizada no estado da Paraíba, Oliveira, Paiva e Ramos (2022), afim de alcançar esse propósito, conduziram uma pesquisa qualitativa que incluiu a aplicação de entrevistas estruturadas a oito empreendedoras do sexo feminino. Os resultados da pesquisa revelaram que as empreendedoras superaram de forma estratégica os obstáculos por meio de planejamento, treinamento e análise de mercado prévia. Além disso, identificou-se que a principal motivação para iniciar um empreendimento é uma combinação de necessidade e oportunidade (Oliveira, Paiva e Ramos, 2022).

Diante disso, observa-se que a prática do empreendedorismo feminino é marcada pelas assimetrias de gênero presentes na estrutura social nacional. As mulheres acumulam tarefas domésticas e profissionais, além de enfrentarem desconfiança e falta de credibilidade em função de estereótipos acerca da feminilidade e a falta de habilidade para negócios. Com base nessas perspectivas teóricas segue-se o desenvolvimento da presente pesquisa apresentando a trajetória metodológica traçada para realização da mesma.

4. METODOLOGIA

4.1 Delineamento

A pesquisa pretende desvelar os desafios enfrentados por mulheres que empreendem em ambientes laborais ditos masculinos como é o caso de barbearias em Ouro Preto e Mariana-MG. Desse modo, trata-se de pesquisa de natureza aplicada, na qual Barros e Lehfeld (2007), explicam que o pesquisador é movido pela necessidade de conhecer. Contribui para fins práticos, visando à solução mais ou menos imediata do problema encontrado na realidade, na qual o pesquisador busca orientação prática à solução imediata de problemas concretos do cotidiano. Assim, o estudo tem por análise, empreendedoras no ramo de barbearias das cidades de Mariana e Ouro Preto, situadas em Minas Gerais.

Esta pesquisa adota ainda uma abordagem qualitativa para analisar a questão que guia o estudo. Na pesquisa qualitativa, são coletados indícios por meio de evidências verbais e visuais para obter uma compreensão mais aprofundada de um evento (Cardoso, Oliveira e Ghelli, 2021).

No que tange aos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, tendo em vista seu intuito de apresentar as características e conceitos relacionados ao tema, abordando aspectos de descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais (Lakatos e Marconi, 1988).

4.2 Processo de coleta de dados

Tendo em vista o intuito em aprofundar os estudos com base em percepções de indivíduos inseridos na realidade da temática discutida, constituem os sujeitos dessa pesquisa, seis empreendedoras do ramo de barbearias localizadas nas cidades de Mariana e Ouro Preto, no estado de Minas Gerais.

Nesse sentido, foram selecionadas seis mulheres que empreenderam criando o seu próprio negócio no ramo da barbearia e exercem a profissão. Essas mulheres foram entrevistadas a partir de um roteiro semiestruturado no período compreendido entre agosto e outubro de 2023.

Triviños (1992) evidencia que na entrevista semiestruturada, o informante tem a possibilidade de discorrer sobre suas experiências, a partir da problemática principal proposta pelo pesquisador, permitindo respostas livres e espontâneas e valorizando a atuação do entrevistador. Assim, a entrevista semiestruturada possibilita compreender o que pensavam os sujeitos sobre suas experiências, sua vida, seus projetos, tornando viável identificar os significados que os sujeitos atribuem aos fatos questionados na pesquisa.

Para maior compreensão do processo de coleta de dados, tem-se a seguir a apresentação do roteiro semiestruturado de investigação composto por nove questões, conforme segue:

Quadro 1 - Roteiro de entrevista semiestruturado

Roteiro de entrevista semiestruturada	
01	Descreva os aspectos mais marcantes e significativos de sua vivência profissional como barbeira
02	Você se considera empreendedora?
03	Comente as principais barreiras enfrentadas para abrir o próprio negócio no ramo da barbearia.
04	Fale como é gerir o próprio empreendimento e atuar em atividade reconhecida socialmente como predominantemente masculina.
05	Como ser mulher impacta na realização das suas atividades como barbeira?
06	Durante a execução do seu trabalho você já vivenciou situações, ainda que mascaradas por brincadeiras, que remetem a violência de gênero?
07	Você possui alguma estratégia para lidar com possíveis falas de questionamento da qualidade do seu trabalho em função da atividade ser predominante masculina?
08	Você gostaria de alterar algo na sua realidade como empreendedora e barbeira?
09	Fale de suas perspectivas futuras como empreendedora e barbeira

Fonte: Elaborado pela autora.

As mulheres entrevistadas foram identificadas por contatos já previamente conhecidos pela pesquisadora, por conveniência. A coleta foi finalizada em seis entrevistadas em função da especificidade dos critérios para composição dos sujeitos de pesquisa (mulheres, empreendedoras, barbeiras) atuantes em cidades consideradas de menor porte como Ouro Preto (74588 mil habitantes) e Mariana (61220 mil habitantes) IBGE (2022) e não haver encontrado mais mulheres dentro desses requisitos, mesmo recorrendo a indicação das sujeitas já colaboradoras.

Para facilitar a compreensão acerca dessas colaboradoras de pesquisa, a seguir tem-se um quadro seguindo a ordem cronológica de realização das entrevistas com as respectivas entrevistadas e ramo de atuação de cada organização, codificados como: EB1 (empreendedora barbeira); EB2; EB3; EB4; EB5; EB6; respectivamente.

Quadro 2 – Perfil das Mulheres Empreendedoras Barbeiras

	Idade	Formação Profissional	Função	Tempo do Negócio	Tempo de Barbeira
EB1	25	Ensino Médio	Empreendedora/ barbeira	3 anos Ouro Preto-MG	5 anos
EB2	28	Ensino Médio	Empreendedora/ barbeira	2 anos Mariana-MG	6 anos
EB3	25	Ensino Médio	Empreendedora/ barbeira	2 anos Ouro Preto-MG	4 anos
EB4	27	Ensino Médio	Empreendedora/ barbeira	3 anos Ouro Preto-MG	6 anos
EB5	28	Ensino Médio	Empreendedora/ barbeira	2 anos Mariana-MG	7 anos
EB6	26	Ensino Médio	Empreendedora/ barbeira	3 anos Ouro Preto-MG	6 anos

Fonte: Sistematizado pela autora.

Observa-se que o perfil aponta para mulheres jovens com escolaridade mediana e tempo de negócio inferior ao tempo de profissão como barbeira.

4.3 Técnica de análise de dados

Para análise de dados empregou-se a técnica de análise de conteúdo. Bardin (2011) apresenta a utilização da análise de dados em três fases fundamentais, sendo elas: a pré-análise; exploração do material e tratamento dos resultados, sendo que na primeira fase é estabelecido um esquema de trabalho que deve ser preciso, com procedimentos bem definidos, embora flexíveis; a segunda fase consiste no cumprimento das decisões tomadas anteriormente, e por último, na terceira etapa, o pesquisador apoiado nos resultados brutos procura torná-los significativos e válidos.

Finalmente, a análise de conteúdo é uma técnica empregada para deduzir informações de um texto específico considerando o contexto social, de maneira imparcial. A legitimidade da análise de conteúdo não se estabelece com base em uma interpretação "verdadeira" do texto, mas sim na sua fundamentação nos materiais de pesquisa, sua concordância com a teoria adotada pelo pesquisador e em consonância com os objetivos da pesquisa. Um conjunto de textos pode resultar em interpretações variadas, dependendo dos preconceitos contidos neles (Cardoso, Oliveira e Ghelli, 2021).

Esclarecida a técnica de análise de dados adotada, a seguir tem-se a apresentação e análise dos dados.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 Apresentação das Categorias de Análise

Após a realização das três etapas centrais da análise de conteúdo de Bardin (2011) foi possível evidenciar cinco categorias temáticas centrais, sendo essas: Conciliação entre trabalho e família; Motivações e Histórias de Vida das Empreendedoras; Desafios e Barreiras Enfrentados; Percepção dos Clientes e da Comunidade; A busca pela harmonia entre gêneros.

Essas categorias temáticas foram analisadas de forma individual e, em um segundo momento, de forma conjunta a fim de fornecer uma perspectiva holística do problema de pesquisa estudado acerca das mulheres empreendendo em ambientes tradicionalmente masculinos.

Quadro 3 – Categoria Temática I

Categoria Temática I: Conciliação entre trabalho e família	
	Frases
EB1	“Nós, empreendedoras femininas enfrentamos desafios únicos, como o estigma de que precisamos ser as principais cuidadoras da família, o que atrapalha a dedicação ao negócio”.
EB2	“Minha família depende de mim, né..., isso dificulta a dedicação ao negócio. A pressão social e a falta de apoio adequado ainda tornam essa conciliação mais difícil. É um problema sério que a gente enfrenta, ter que se desdobrar... ”.
EB3	“A conciliação bem-sucedida entre trabalho e família me deixa um pouco mais sossegada pra eu concentrar em meu trabalho. Além disso, vejo que inspiro outras mulheres a seguirem o empreendedorismo”.
EB4	“É fundamental para nós, empreendedoras femininas, conseguir cuidar da família e trabalho para manter um equilíbrio com os familiares, principalmente, o marido”.
EB5	“É isso, o equilíbrio entre os afazeres de casa e do trabalho me permite pensar no sucesso da minha barbearia, enquanto vivo com minha família”.
EB6	“Saber dar a mesma atenção ao trabalho e os afazeres domésticos, é muito difícil, mas não impossível, entendeu?”.

Fonte: Sistematizado pela autora.

Em relação a primeira categoria temática conciliação entre trabalho e família foi citado por algumas empreendedoras como sendo um desafio constante no contexto do empreendedorismo feminino. As mulheres empreendedoras, muitas vezes, enfrentam obstáculos únicos quando se trata de equilibrar suas carreiras e responsabilidades familiares. Elas precisam gerir um negócio e estruturar uma organização, mas o tempo e o planejamento são mitigados pelas responsabilidades do ambiente privado.

O empreendedorismo feminino pode ser uma fonte de empoderamento e realização para as mulheres, mas também é importante lembrar que o equilíbrio entre trabalho e família é fundamental para a saúde e o bem-estar. Encontrar esse equilíbrio exige esforço, planejamento e apoio, mas pode ser alcançado com muita organização.

Essa categoria corrobora com o encontrado na literatura acerca do empreendedorismo feminino e suas nuances. Para Strobino e Teixeira (2014), o gênero feminino ainda é associado ao trabalho doméstico e é facilmente identificável que as mulheres permanecem a desempenhar a grande maioria dessas atividades, em específico as tarefas tidas como tipicamente femininas, como cuidado, limpeza e organização.

Segundo a Forbes (2023), a pesquisa da Olhi, marketplace de serviços voltados a empreendedoras, ouviu 235 empreendedoras, e 30% delas decidiram fundar seus próprios negócios para conciliar trabalho e maternidade.

Quadro 4 – Categoria Temática II

Categoria Temática II: Motivações e Histórias de Vida das Empreendedoras	
	Frases
EB1	“Uma das partes mais significativas da minha carreira como barbeira é a interação com os clientes, sabe? Cada cliente é único, e a habilidade de ouvir suas necessidades e desejos é fundamental. Esta interação me permitiu desenvolver habilidades de comunicação, aprender sobre diferentes estilos de vida e construir relacionamentos de confiança com meus clientes ao longo do tempo”.
EB2	“A barbearia é uma forma de arte, entendeu? Trabalhar com diferentes tipos de cabelos, texturas e estilos desafiou minha criatividade e habilidades artísticas. Cada corte de cabelo é uma tela em branco, e a capacidade de transformá-lo em algo que faça o cliente se sentir bem consigo mesmo é incrivelmente gratificante, viu...”.
EB3	“Iniciei minha trajetória profissional em um ambiente extremamente difícil, né, e era necessário me reafirmar a todo o instante. Com o passar do tempo fui adquirindo o meu espaço e conquistando o mercado de trabalho, mas... Ao longo dos anos, aprimorei minhas habilidades técnicas, desde cortes de cabelo clássicos até as tendências mais modernas, né... Dominar as técnicas de barbearia me permitiram atender uma ampla gama de clientes, oferecendo cortes personalizados que atendem às suas preferências e fui ficando cada vez mais feliz, né”.
EB4	“Sabe, um dos aspectos mais marcantes do meu trabalho é o impacto positivo que posso ter na autoestima dos meus clientes. Muitas vezes, as pessoas saem da minha cadeira de barbeira se sentindo mais confiantes e satisfeitas com sua aparência, entende? Isso me dá grande prazer, né”.
EB5	“A qualidade é fundamental no mundo da barbearia, viu? Manter instrumentos afiados, higiene rigorosa e oferecer serviços de alta qualidade é uma responsabilidade que valorizo profundamente. Isso não apenas garante a satisfação do cliente, mas também constrói uma reputação sólida. A barbearia é muitas vezes um ponto de encontro para a comunidade. É um lugar onde as pessoas vêm não apenas para cuidar de sua aparência, mas também para conversar e compartilhar experiências. Isso cria uma união que é único para a profissão”.
EB6	“Minha vivência profissional como barbeira é marcada pelo contato com os clientes, minha criatividade, técnica, a promoção da confiança e autoestima, o foco na qualidade. É uma profissão recompensadora que me permite fazer a diferença na vida das pessoas e explorar minha paixão por cabelos e visual.”

Fonte: Sistematizado pela autora.

As empreendedoras descrevem sobre as motivações e suas histórias de vida, citando sobre a parte humana de seu trabalho, valorizando a habilidade de ouvir as necessidades e desejos das pessoas, bem como, o desenvolvimento de relacionamentos de confiança ao longo do tempo; a expressão da criatividade ao trabalhar com diversos tipos de cabelos, tornando a barbearia uma forma de arte; o aprimoramento das habilidades técnicas, abrangendo desde cortes de cabelo clássicos até as tendências mais modernas; ajudando-os a sair da cadeira da barbearia mais confiantes e satisfeitos com sua aparência.

As mulheres mostram que a maior paixão é pelo corte de cabelo e dar novo visual para os clientes. A história de vida foca no significado da profissão e suas oportunidades de fazer diferença na vida das pessoas. Observa-se que a fala sobre o empreendedorismo dentro dessa estrutura motivacional não aparece em primeiro plano, mas o desafio de melhorar na arte de ser barbeira.

Assim, o empreendedorismo pode emergir da necessidade de, para ser barbeira em um ambiente de negócios masculino, seja preciso empreender para ser aceita e considerada uma opção por futuros clientes.

Segundo Tito (2021), ainda há mais homens empreendendo no Brasil, no entanto, para várias mulheres que se sentiram tolhidas ou não valorizadas no ambiente de negócios, o empreendedorismo é a oportunidade de seguir uma trajetória por suas próprias regras.

Quadro 5: Categoria Temática III

Categoria Temática III: Desafios e Barreiras Enfrentados	
	Frases
EB1	“Gente, o setor de barbearia é um espaço muito dominado por homens, o que pode levar a estereótipos e preconceitos, entende? Muita desconfiança...”.
EB2	“Conseguir um dinheiro para iniciar um negócio no ramo da barbearia foi um desafio pra mim empreender, pra gente mulher é pior... enfrentamos obstáculos maiores devido à desconfiança para nos emprestar dinheiro, acham que vamos gastar em outra coisa...”.
EB3	“Sabe, alguns clientes podem ter resistência em ser atendidos por uma barbeira mulher, entende?... o que pode resultar em perda de negócios. Eles têm medo e falta de costume...”.
EB4	“Olha, os desafios relacionados à desigualdade salarial no setor da beleza e bem-estar, dificultam manter minha barbearia. Tem muita concorrência...”.
EB5	“Em relação ao empréstimo, quando se trata de dinheiro é mais difícil para mulheres. Equilibrar suas responsabilidades familiares e pagar as contas em dia...”.
EB6	“Em um ramo que exige horários longos e irregulares, sabe... é difícil manter relacionamento e família”.

Fonte: Sistematizado pela autora.

O empreendedorismo feminino tem crescido significativamente nas últimas décadas, com mulheres gerenciando seus próprios negócios. No entanto, o caminho das empreendedoras ainda é permeado por desafios e barreiras específicas como todas as entrevistadas relataram nessa unidade categorizada, como:

Viés de Gênero: O viés de gênero ainda é uma realidade em muitos setores, incluindo o empreendedorismo. Mulheres empreendedoras podem enfrentar preconceitos e estereótipos, muitas vezes, não sendo levadas tão a sério quanto os empreendedores masculinos.

Acesso a Capital: Os empreendedores muitas vezes têm mais dificuldades em acessar capital para iniciar ou expandir seus negócios. Os investidores têm historicamente indicado preferência por investir em empreendedores do sexo masculino, o que resulta em menos financiamento disponível para mulheres. Para Lima, et al. (2021), no trabalho sobre empoderamento econômico feminino, todas as mulheres pesquisadas responderam que a dificuldade financeira é a que gera maiores desafios para a atividade empreendedora.

Conciliação Trabalho-Família: Muitas empreendedoras enfrentaram o desafio adicional de conciliar suas responsabilidades profissionais com os familiares. Isso pode criar obstáculos significativos, especialmente, se não houver sistemas de apoio adequados.

Desigualdades Salariais: As disparidades salariais de gênero também afetam as empreendedoras, pois muitas vezes têm menos recursos financeiros disponíveis para investir em seus negócios. Porto (2002) afirma que muitas mulheres recorrem aos maridos como aporte de capital inicial e processo de tomada de decisão em seus negócios, o que as subjugam ainda mais ao poder masculino.

Gênero: A resistência de alguns clientes atendidos por mulheres barbeiras é uma característica que, infelizmente, ainda persiste. Essa resistência pode ser baseada em preconceitos de gênero, estereótipos de que a habilidade de fazer um corte de cabelo ou barba está ligada ao gênero masculino, ou simplesmente em desconforto pessoal por parte do cliente.

Esses aspectos da unidade corroboram com SEBRAE (2019) que caracteriza quatro principais desafios ligados ao empreendedorismo feminino, sendo eles: preconceito, dupla jornada, autoconfiança e falta de apoio.

Esse preconceito se agrava em cidades históricas como Ouro Preto e Mariana, nas quais há um conservadorismo enraizado pelo seu tempo de criação e costumes. Segundo Lott (2009) como centro político, Ouro Preto-MG, foi referência sociocultural da população mineira e devido a isso tem fortes raízes na divisão sexual do trabalho.

Quadro 6: Categoria Temática IV

Categoria Temática IV: Percepção dos Clientes e da Comunidade	
	Frases
EB1	“A percepção dos clientes e da comunidade é vital para qualquer empreendimento, sabe?... independentemente do sexo do empreendedor, mas, no empreendedorismo feminino, entender isso pode ser ainda mais importante porque temos que provar nosso valor, entendeu?”.
EB2	“Compreender as necessidades e expectativas dos clientes e da comunidade, né... nos ajuda a melhorar o corte e a barbearia”.
EB3	“Eu costumo pegar feedback dos clientes e da comunidade de várias maneiras, como por meio de pesquisas e redes sociais. Essas informações podem ser usadas para melhorar produtos, serviços e estratégias de marketing, além de demonstrar um compromisso com a satisfação do meu cliente”.
EB4	“Escuta, nos empreendedoras sofremos com olhares desconfiados da comunidade e pelos clientes. Temos que trabalhar mais para conquistar a confiança e o respeito do público”.
EB5	“A barbearia é muitas vezes um ponto de encontro para a comunidade. É um lugar onde as pessoas vêm não apenas para cuidar de sua aparência, mas também para conversar e compartilhar experiências. Isso cria um senso de comunidade e pertencimento que é único para a profissão e me faz feliz, né?”.
EB6	“Gostaria de criar uma comunidade mais forte em torno da minha barbearia, promovendo eventos para compartilhar notícias e construir relacionamentos mais sólidos com meus clientes, eles reconhecendo meu profissional”.

Fonte: Sistematizado pela autora.

Promover a percepção dos clientes e da comunidade é fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento, independentemente do gênero do empreendedor. No entanto, no empreendedorismo feminino, essa compreensão pode ser ainda mais significativa, uma vez que as empreendedoras podem enfrentar desafios exclusivos devido a estereótipos de gênero e preconceitos. Para empreendedoras, entender as necessidades e expectativas de seus clientes e da comunidade é uma parte muito relevante para construção de um negócio bem-sucedido e duradouro.

Assim, destaca-se a seguir estão alguns pontos chave extraídos da interpretação da IV unidade categorizada:

- Compreender as necessidades dos clientes e da comunidade permite que as empreendedoras ajustarem seus produtos e serviços de forma eficaz. Isso pode ajudá-las a oferecer soluções mais compatíveis com a demanda do mercado, garantindo satisfação do cliente e lealdade.
- Criar laços fortes com os clientes e a comunidade é fundamental para o sucesso a longo prazo. As empreendedoras barbeiras podem destacar ao demonstrar comprometimento com o envolvimento da comunidade e a satisfação do cliente a busca por fidelidade.

- Coletar feedback de várias maneiras, incluindo redes sociais evidencia a buscas das barbeiras por melhoria contínua.

É importante reconhecer que algumas empreendedoras barbeiras podem enfrentar estereótipos de gênero e preconceitos que afetam sua relação com clientes e comunidade. Elas são subestimadas, enfrentam resistência ou são questionadas, precisando trabalhar de forma proativa para superar esses desafios e ganhar a confiança e o respeito do público.

No caso de uma barbearia, é um local de encontro para a comunidade, onde as pessoas não apenas cuidam de sua aparência, mas também reúnem experiências. Essa é uma oportunidade única para criar uma comunidade mais forte em torno da barbearia, através de:

- Eventos sociais: Organizar eventos regulares, como noites de networking, encontros culturais, ou eventos temáticos na sua barbearia. Isso ajudaria a fortalecer os laços entre os clientes e criar um ambiente mais acolhedor e envolvente.
- Workshops e palestras: Oferecer workshops ou palestras sobre cuidados com a pele, cabelo, barba e estilo. Isso demonstraria o compromisso com o bem-estar dos clientes e proporcionará uma oportunidade de compartilhar conhecimentos valiosos;
- Apoio à comunidade local: Envolver em projetos de caridade é uma maneira eficaz de criar uma imagem positiva e fortalecer os laços com a comunidade local;
- Redes sociais e marketing: Utilizar as redes sociais para manter seus clientes informados sobre eventos, promoções e histórias da sua barbearia. Isso manterá os clientes envolvidos e específicos no que você oferece.

Ao demonstrar que se preocupa com seus clientes e a comunidade em que está inserido, está-se construindo um relacionamento sólidos e garantindo o sucesso a longo prazo de seu negócio.

No entanto, vale apresentar um extrato de fala da EB 4 que aponta como o cliente e a comunidade de barbeiros pode fazer a empreendedora barbeira se sentir uma intrusa:

“Ser uma barbeira, mulher, em cidades como Ouro Preto e Mariana pode é uma experiência desafiadora. Desde o momento em que uma mulher decide seguir essa profissão historicamente associada aos homens, ela se depara com olhares de surpresa e descrença. Muitas vezes, clientes masculinos duvidam da nossa habilidade técnica e conhecimento da barbeira. No contexto cultural e histórico de Ouro Preto e Mariana, onde tradições e papéis de gênero são fortemente definidos, ser uma barbeira mulher é desafiar as normas estabelecidas. As expectativas sociais muitas vezes limitam as oportunidades e a liberdade de escolha de nós mulheres, tornando-se um obstáculo adicional para ingressar em profissões consideradas "masculinas". O preconceito se manifesta não apenas entre os clientes, mas também dentro da própria comunidade de barbeiros, onde a presença de mulheres é vista como uma intrusa não desejada em um espaço tradicionalmente masculino”.

Desse modo, observa-se que o peso de 300 anos de história das cidades em que as empreendedoras barbeiras atuam aprofunda as dificuldades em função do gênero em áreas tradicionalmente masculinas. A história se liga a tradição e essa não quer mudança no equilíbrio social de mulheres submissas aos homens.

Quadro 7: Categoria Temática V

Categoria Temática V: Busca pela harmonia entre gêneros	
	Frases
EB1	“Acho importante para mim barbeira, a igualdade de oportunidades e reconhecimento do potencial empreendedor das mulheres. Sabe...”.
EB2	“A harmonia entre homens e mulheres pode facilitar nossos caminhos, teremos que lutar junto e não contra”.
EB3	“Nós empreendedoras somos um exemplo que mulheres podem tanto como os homens, então, porque não sermos iguais?”.
EB4	“Olha mulheres e homens sendo barbeiros juntos sem preconceitos seria uma concorrência mais justa”.
EB5	“Queria que bancos, que emprestam dinheiro, os clientes, concorrentes e comunidade entendessem que somos iguais, barbeiros e barbeiras”.
EB6	“Para sociedade em geral ser mais justa, homens e mulheres devem ter as mesmas oportunidades e valor”.

Fonte: Sistematizado pela autora.

Já na última unidade categorizada, a busca pela harmonia entre gêneros nesse contexto envolve a proposta de criação de um ambiente mais equitativo e inclusivo para que as mulheres possam prosperar no mundo dos negócios tanto quanto homens.

Assim, essa busca pela harmonia entre gêneros no empreendedorismo feminino evidencia que as mulheres barbeiras demandam por:

- Igualdade de oportunidades: historicamente, as mulheres enfrentam desigualdades significativas no mundo dos negócios. A busca pela harmonia visa garantir que as mulheres tenham igualdade de oportunidades para empreender, ter sucesso nos negócios e alcançar seus objetivos profissionais;
- Diversidade e inovação: a diversidade de gênero é fundamental para a inovação e o sucesso dos negócios. Empreendedoras trazem perspectivas e idéias únicas para o mercado, contribuindo para a criatividade e o desenvolvimento de soluções inovadoras;

- Crescimento econômico: a promoção do empreendedorismo feminino contribui para o crescimento econômico de um país. O empoderamento econômico das mulheres tem um impacto positivo na economia, aumentando a renda disponível e a criação de empregos;
- Empoderamento e autoestima: o empreendedorismo oferece uma oportunidade para que as mulheres desenvolvam suas habilidades, ganhem independência financeira e aumentem sua autoestima, criando um impacto positivo em suas vidas e comunidades. Segundo Alves e Dandolini (2017) para se empoderar economicamente, uma parcela significativa de mulheres tem adotado a atividade empreendedora como forma de obter independência financeira, acesso ao mercado de trabalho, igualdade de gênero, realização pessoal e profissional e autorrealização.

5.2 Análise conjunta das Categorias

No cenário atual, a questão da igualdade de gênero nas esferas sociais e corporativas se destaca como um assunto de extrema importância e urgência. Uma análise minuciosa dos dados e das experiências mencionadas nas entrevistas com mulheres barbeiras revela uma rede intrincada, na qual persiste a desigualdade de gênero, sobretudo, em profissões associadas ao gênero masculino.

A análise categorizada possibilitou, desse modo, a identificação dos principais elementos relacionados ao empreendedorismo nas barbearias no que se refere às questões de gênero.

Com o objetivo de facilitar a compreensão, a tabela a seguir exhibe a quantidade de entrevistas em que cada unidade categorizada é mencionada, destacando a frequência de ocorrência. Isso nos permite identificar as unidades mais comuns, que se revelam na construção de relevância e nos aspectos sociais mais presentes nos relatos retirados das entrevistas.

Quadro 8: Número de Frases em Unidades Categorizadas

Número de Frases em Unidades Categorizadas	
Conciliação entre trabalho e família	EB1; EB2; EB3; E4; E5; E6
Motivações e Histórias de Vida das Empreendedoras	EB1; EB2; EB3; E4; E5; E6
Desafios e Barreiras enfrentados	EB1; EB2; EB3; E4; E5; E6
Percepção dos Clientes e da Comunidade	EB1; EB2; EB3; E4; E5; E6
A busca pela harmonia entre gêneros	EB1; EB2; EB3; E4; E5; E6

Fonte: Sistematizado pela autora.

Esse quadro evidencia a recorrência presente de forma regular entre as cinco unidades categorizadas, o que indica que essas emergiram de temas bastante comuns e presentes na realidade cotidiana das empreendedoras barbeiras sujeitos desta investigação.

A entrevista com mulheres empreendedoras no ramo de barbearia é um exemplo inspirador de como o empreendedorismo está se diversificando e quebrando barreiras tradicionais associadas aos gêneros. As histórias de vida e experiências compartilhadas por essas mulheres destacam temas importantes relacionados à conciliação entre trabalho e família, motivações, desafios enfrentados, percepção da comunidade e a busca pela harmonia entre gêneros.

Sobre conciliação entre trabalho e família, as empreendedoras mencionaram a importância de encontrar um equilíbrio entre suas responsabilidades familiares e o gerenciamento de seus negócios. Muitas delas destacaram a flexibilidade que o empreendedorismo oferece, permitindo que elas organizem seus horários de trabalho de maneira a atender às necessidades de suas famílias. Algumas também falaram sobre a importância de contar com o apoio de seus parceiros e familiares para alcançar esse equilíbrio.

Em relação às motivações e histórias de vida das empreendedoras, cada empreendedora tinha uma história única e inspiradora que a motivou a entrar no mundo das barbearias. Algumas delas eram apaixonadas pela estética e pelo mundo da beleza desde cedo, enquanto outras viram no empreendedorismo a oportunidade de seguir seus sonhos e construir uma carreira significativa. Suas histórias de vida serviram como motivação para enfrentar os desafios que encontraram.

As mulheres empreendedoras barbeiras mencionaram diversos desafios que enfrentam em um setor tradicionalmente dominado por homens. Eles tiveram que superar estereótipos de gênero, resistência por parte de alguns clientes e funcionários e, até mesmo, falta de apoio financeiro no início. No entanto, a sua determinação e paixão pelo negócio ajudaram a superar esses obstáculos.

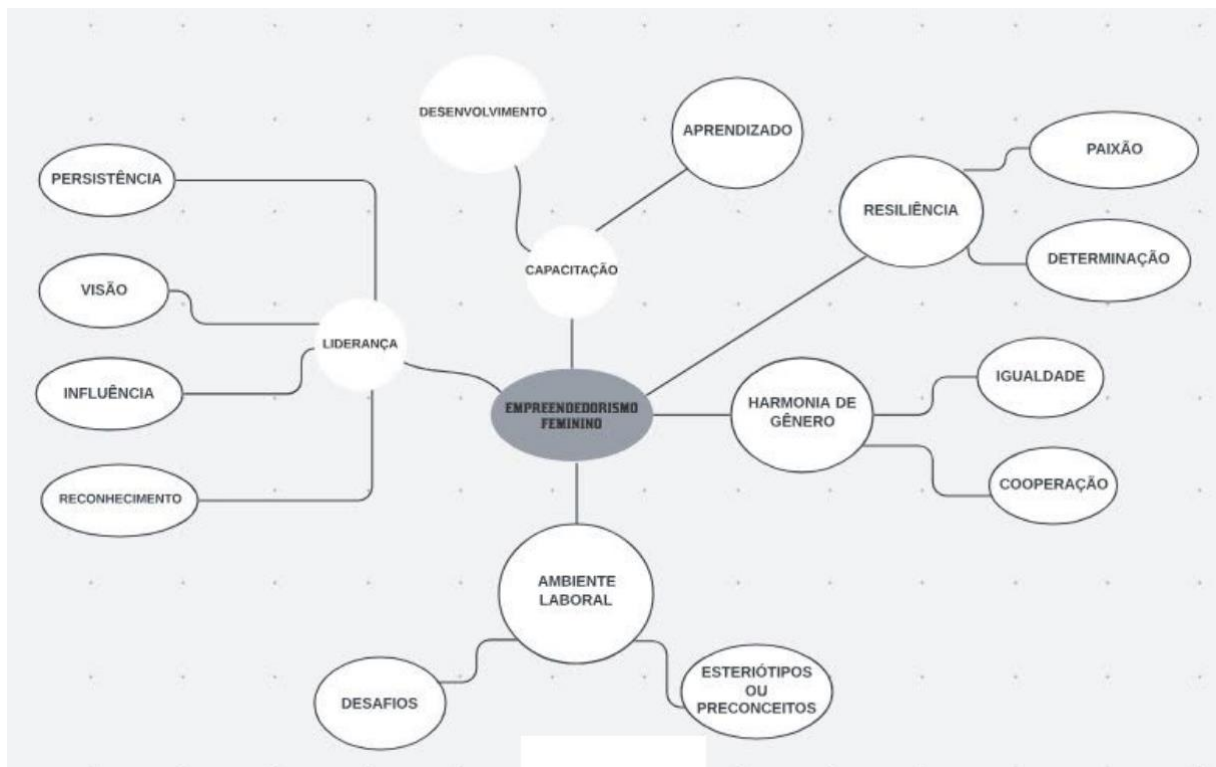
Destacaram ainda a importância de educar seus clientes e a comunidade em geral sobre a habilidade e profissionalismo que as mulheres empreendedoras trazem para o setor de barbearias. Muitos clientes apresentaram apreciação pela abordagem mais cuidadosa e detalhada das empreendedoras barbeiras, contribuindo para a construção de um campo de clientela.

Por fim, a busca pela harmonia entre gêneros, além de desafiar estereótipos, mostra que as empreendedoras compartilharam seu desejo de promover a harmonia entre gêneros no setor de barbearia. Eles enfatizaram a importância de criar um ambiente inclusivo, no qual todos se sintam acolhidos independentemente de seu gênero. Algumas, até mesmo, promoveram programas de treinamento e mentorias para encorajar outras mulheres a entrar no ramo.

Essa entrevista com mulheres empreendedoras no ramo de barbearia destaca, portanto, a resiliência, a paixão e a determinação dessas mulheres, que estão quebrando barreiras e contribuindo para a diversificação do empreendedorismo. Suas histórias emergem como exemplo para outras mulheres que desejam ingressar em setores tradicionais dominados por homens, demonstrando que o empreendedorismo não tem limites de gênero e que a busca pela igualdade e harmonia é fundamental para um mundo mais inclusivo e igualitário.

Com base na análise realizada, foi possível construir um esquema interpretativo a seguir para abordar a questão de pesquisa relacionada aos obstáculos enfrentados por mulheres que empreendem em ambientes de trabalho tradicionais associados ao gênero masculino. Isso se aplica ao contexto das barbearias em Ouro Preto e Mariana, Minas Gerais.

Figura 1: Esquema Interpretativo do Empreendedorismo Feminino em Barbearias atuantes em Ouro Preto e Mariana -MG



Fonte: Sistematizado pela autora.

Logo, a coleta de dados junto a empreendedoras no ramo de barbearia evidenciou uma narrativa inspirada na história de vida de mulheres que ilustram como o empreendedorismo está evoluindo e quebrando barreiras de gênero profundamente arraigadas. As histórias e experiências compartilhadas por essas mulheres revelam aspectos cruciais relacionados à conciliação entre trabalho e família, motivações pessoais, desafios superados, percepção da comunidade e o anseio por promoção da harmonia entre gêneros para que outras mulheres não tenham uma luta tão árdua.

Portanto, a entrevista com essas mulheres empreendedoras barbeiras ressalta a resiliência, a paixão e a determinação que caracterizam essas que estão desafiando barreiras e contribuindo para a diversificação do empreendedorismo. Suas histórias de vida servem como inspiração para outras mulheres que desejam adentrar setores tradicionais dominados por homens, demonstrando que o empreendedorismo não conhece limites de gênero e que a busca pela igualdade e harmonia entre masculino e feminino é fundamental para um mundo mais igualitário.

6 CONCLUSÃO

A presente pesquisa acerca dos desafios enfrentados por mulheres empreendedoras que atuam em ambientes laborais tradicionalmente dominados por homens, como as barbearias em Ouro Preto e Mariana - MG, revelou a resiliência e a determinação das barbeiras que buscam confrontar as normas de gênero e prosperar em seus empreendimentos.

Diante disso, foi possível concluir ainda que os desafios enfrentados por essas mulheres empreendedoras nas barbearias incluem a resistência de alguns clientes masculinos, que podem ser céticos em relação à habilidade das mulheres na prestação de serviços tradicionalmente masculinos. No entanto, muitas mulheres empreendedoras procuraram conquistar a confiança dos seus clientes ao oferecer serviços de alta qualidade e estabelecer relacionamentos sólidos.

Além disso, a pesquisa revelou que o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional é um desafio significativo para as mulheres empreendedoras barbeiras, especialmente, aquelas que desempenham papéis de cuidadoras em suas famílias. Encontrar maneiras de lidar com essa pressão é fundamental para o sucesso em curto e longo prazo da barbearia.

Por fim, como principal contribuição dessa investigação tem-se que os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras em barbearias de Ouro Preto e Mariana destaca a importância da promoção de igualdade de gênero no mundo dos negócios.

Sublinha também a capacidade das mulheres de superar barreiras, questionando normas de gênero. Essas empreendedoras acabam por evidenciar que o empreendedorismo e o talento na barbearia não têm gênero.

Dessa maneira, é importante a criação de políticas públicas e estratégias de apoio ao empreendedorismo feminino, que podem ajudar a criar um ambiente mais inclusivo e igualitário para mulheres que buscam empoderamento econômico por meio da abertura do próprio empreendimento.

Como limitações, pondera-se que esse estudo poderia ter investigado a percepção de barbeiros acerca da atuação das mulheres empreendedoras barbeiras com a finalidade de descortinar o cenário das relações de gênero nesse setor aprofundando as discussões.

Portanto, este estudo ressalta a necessidade contínua de apoiar e incentivar mulheres empreendedoras em ambientes laborais historicamente masculinos, criando oportunidades e igualdade para todos, uma vez que essas iniciativas geram empoderamento e redução da dominação masculina sobre a sociedade.

Referências

ALPERSTEDT, G.D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v.16, n.40: 221-234, 2014.

ALVES, F. L.; DANDOLINI; A. O. V. A Atividade empreendedora como ferramenta de empoderamento feminino: desafios e possibilidades na contemporaneidade. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, outubro-diciembre 2017.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS; A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

CALÁS, M.; SMIRCICH, L. Do ponto de vista da mulher: abordagens feministas em estudos organizacionais. In.: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. **Handbook de Estudos organizacionais**, v.1, São Paulo, 2010.

CARDOSO, M. R. G., OLIVEIRA, G. S., GHELLI, K. G. M. Análise de conteúdo: uma metodologia de pesquisa qualitativa. **Cadernos da FUCAMP**, v.20, n.43, p.98-111, 2021.

CARLOTO, C. M. O conceito de gênero e sua importância para a análise das relações sociais. **Serviço social em revista**, Londrina, v.3, n.2: 201-213, 2001.

CASTRO, M. G. O conceito de gênero e as análises sobre mulheres e trabalho: notas sobre impasses teóricos. **Cad. CRH**, Salvador, n.17, p.80-105, 1992.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179- 197, mar./abr. 2011.

COURA, L. F.; OLIVEIRA, R. R.; REIS NETO, M. T. A. Internacionalização como moderadora da relação existente entre a orientação empreendedora e o desempenho organizacional. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa Em Administração, 42., 2018, Curitiba. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2018.

CRAMER, L. **Representações sociais sobre a ação empreendedora**. 2002. 81 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2002.

CRAMER, L.; LIMA, J. B.; BRITO, M. J. Representações sociais da ação empreendedora. In: Assembleia do Conselho Latino-Americano de Escolas de Administração, 37., 2002, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS/CLADEA, 2002.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

DRIESSEN, M. P.; ZWART, P. S. **The entrepreneur scan measuring characteristics and traits of entrepreneurs**. Disponível em: < <http://entrepreneurscan/> >. Acesso em: 6 de agosto de 2023.

FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 81, n. 2, p. 406-436, maio/ago. 2015.

FERRITO, B. **Direito e desigualdade: uma análise da discriminação das mulheres no mercado de trabalho a partir dos usos dos tempos**. São Paulo: Editora LTr, 2021.

FIGUEIREDO, A. O. **Desenvolvimento econômico feminino: um contexto regional**. Curitiba: Appris, 2022.

FORBES, Mulher. **Mulheres buscam flexibilidade ao empreender, mas 52% têm dificuldade de conciliar dupla jornada**. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2023/11/empreendedorismo-feminino-flexibilidade-maternidade-dupla-jornada/> Acesso em 30 de novembro de 2023.

GIMENEZ, F.; MORAIS, J.; RAMOS, S. C. (Org.). **Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte**. Curitiba: Editora Champagnat, v. 1, p. 25-40, 2010.

GOMES, A. F. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: UESB, 2013.

HISRICH, R D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Estimativas da População residente em municípios. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html>. Acesso em 18 de janeiro de 2024.

LAKATOS, E. M., MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1988.

LIMA, J. B. Ações Empreendedoras e Práticas da Pesquisa em Empreendedorismo. In:

LIMA, J. M.; CORRÊA, R. O.; CHAGAS, D. A.; OLIVEIRA, T. S.; CARVALHO, G. D. G. de. Empreendedorismo como aporte para o empoderamento econômico feminino. **Revista Tecnologia e Sociedade**, Curitiba, v. 17, n. 48, p. 251-266, jul./set. 2021.

LOBO, E. S. **A Classe operária tem dois sexos**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

LOTT, M. M. **Sob o badalar dos sinos, o ar da modernidade – Ouro Preto: população, família e sociedade (1838-1897)**, (Tese) Programa de Pós- Graduação em História da UFMG, Belo Horizonte, 2009.

MACÊDO, G. S.; MACEDO, K. B. As relações de gênero no contexto organizacional: o discurso de homens e mulheres. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 4, n.1, p.61-90, 2004.

MACHADO, L. Z. Perspectivas em confronto: relações de gênero ou patriarcado contemporâneo? **Série Antropologia** – 284, 2000. Disponível em: <https://assets-compromissoeatitudetipg.sfo2.digitaloceanspaces.com/2012/08/MACHADO_GeneroPatriarcao2000.pdf>. Acesso em: 20 de novembro de 2023.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 2007

MENDONÇA, P. M. E.; ALVES, M; A. Institutional entrepreneurship and professionalization of the rural development of the sisal region in Brazil. **Revista de Administração da Universidade São Paulo**, v. 47, n. 3, p. 489-499, jul./ago./set. 2012.

OLIVEIRA, B. A.; PAIVA, V. V.; RAMOS, A. C. S. Empreendedorismo feminino: Os desafios enfrentados e as estratégias adotadas por empreendedoras no município de João Pessoa–PB. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v.10, n.2: 30-47, 2022.

PAIVA JÚNIOR, F. G. **O empreendedorismo na ação de empreender**: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz. 2004. 369 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.

PORTELLA, A. P.; GOUVEIA, T. Idéias e dinâmicas para trabalhar com gênero. Recife: Metodologia SOS Corpo. **Gênero e Cidadania**. 1992.

PORTO, M. F. S. **De batom e salto alto**: experiências de emancipação de mulheres empresárias de Patos de Minas, 1980-1990. São Paulo: Annablume, 2002.

- REEVES, T. C. R.; MCKINNEY, A. P.; AZAM, L. Muslim women's workplace experiences: implications for strategic diversity initiatives. **Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal**, v. 32, Iss: 1, p. 49-67, 2013.
- REIS, D. M. Trabalho: identidade, pertença social e participação política. In: BARZOTTO, L. C. (Org.). **Trabalho e igualdade: Tipos de discriminação no ambiente de trabalho**. Porto Alegre: Editora Livraria do Advogado, 2012.
- REIS, W. C. **Criação de valor simbólico no artesanato Quilombola de Moju, no Pará: um estudo no campo do empreendedorismo cultural sob a ótica da Teoria da Recepção de Stuart Hall**. 2016. 188 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2016.
- SARKAR, Soumodip, **Empreendedorismo e Inovação**. Lisboa: Editora Escolar, 2008.
- SAUER, B. C. S.; PESCADOR, S. V.B.; WALTER, S. A. Análise dos desafios para o empreendedorismo feminino no município de Marechal Cândido Rondon. **Ciências Sociais Aplicadas em Revista**, v. 25, n.45: 81-106, 2023.
- SCOTT, J. **Gênero**. uma categoria útil de análise histórica. São Paulo: Educação e Realidade. v.16, n.2, 1990.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. Empreendedorismo feminino no Brasil. 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf.
- SIQUEIRA, C. B., BUSSINGUER, E. C. A. As ondas do feminismo e seu impacto no mercado de trabalho da mulher. **Revista Thesis Juris**, v.9, n.1, 145–166, 2020.
- SOUSA, L.P.; GUEDES, D. R. A desigual divisão sexual do trabalho: um olhar sobre a última década. **Estudos avançados**, v. 30: 123-139, 2016.
- STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba”. **Revista Administração, USP**, São Paulo, v. 49, n.1:1-18. jan./fev./mar. 2014.
- TAVARES, T. S.; LIMA, J. B. Empreendedorismo, empreendedores e ação empreendedora. In: Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.
- TEIXEIRA, E. M. Al. **Empreendedorismo feminino em pequenas empresas no Distrito Federal-DF**. 2018.
- TITO, V.; **Mulheres se tornam empreendedoras para criar as próprias oportunidades**. 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/euestudante/trabalho-e-formacao/2021/03/4910728-mulheres-se-tornam-empendedoras-para-criar-as-proprias-oportunidades.html> Acesso em 29 de novembro de 2023.
- TOLEDO, C. Mulheres: o gênero nos une, a classe nos divide. **Cadernos Marxistas**, 2001.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais.** São Paulo: Atlas, 1992.

WEBER, M. **Economia y Sociedad.** México: Fondo de Cultura Económica. 1964.