

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS  
GERAIS - *CAMPUS* BAMBUÍ

LARISSA APARECIDA FELIPE

**UTILIZAÇÃO DE MEI POR MICROEMPREENDEDORAS NO CAMPO DE  
BELEZA E ESTÉTICA: uma revisão narrativa da literatura**

BambuÍ-MG

2026

LARISSA APARECIDA FELIPE

**UTILIZAÇÃO DO MEI POR MICROEMPREENDEDORAS NO SETOR DE  
BELEZA E ESTÉTICA: uma revisão narrativa da literatura**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)  
apresentado ao Curso de Bacharelado em  
Administração do IFMG – *Campus* Bambuí como  
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel  
em Administração.

Orientador(a): Prof. Dr. Bruno Pellizzaro Dias  
Afonso

Bambuí-MG

2026

F315u

Felipe, Larissa Aparecida.

Utilização de MEI por microempreendedoras no campo de beleza e estética: uma revisão narrativa da literatura[manuscrito] / Larissa Aparecida Felipe – 2026. 37f. :il.

Orientador: Bruno Pellizzaro Dias Afonso.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto Federal de Minas Gerais. *Campus Bambuí*.

1. Empreendedorismo feminino. 2. MEI. 3. Beleza. 4. Estética. 5. Formalização. I. Afonso, Bruno Pellizzaro Dias. II. Instituto Federal de Minas Gerais – *Campus Bambuí*. III. Título.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE  
MINAS GERAIS Campus Bambuí**

**Diretoria de Ensino**

**Departamento de Ciências Gerenciais e Humanas**

Faz. Varginha - Rodovia Bambuí/Medeiros - Km 05 - Caixa Postal 05 - CEP 38900-000 - Bambuí – MG  
37 3431 4900 - www.ifmg.edu.br

Larissa Aparecida Felipe

**UTILIZAÇÃO DE MEI POR MICROEMPREENDEDORAS NO CAMPO DE  
BELEZA E ESTÉTICA: UMA REVISÃO NARRATIVA DA LITERATURA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – *Campus* Bambuí para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em 07 de janeiro de 2026 pela banca examinadora:

BambuÍ, 19 de janeiro de 2026.



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Pellizzaro Dias Afonso, Professor**, em 19/01/2026, às 14:18, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Erik Campos Dominik, Professor**, em 19/01/2026, às 14:20, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Rita de Cássia Leal Campos, Professora Substituta**, em 19/01/2026, às 14:56, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador **2577304** e o código CRC **15607C41**.

23209.003672/2025-01	2577304v1
----------------------	-----------

Dedico este Trabalho de Conclusão de Curso a todas as  
pessoas que participaram de alguma forma do meu  
processo de crescimento para chegar nesta etapa da  
minha vida. Obrigada.

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a Deus por não me deixar desistir no meio do caminho e ter me ajudado a superar todos os obstáculos que surgiram pelo meu caminho durante esses anos da minha graduação.

Gostaria de agradecer também a minha família por todo apoio durante essa minha jornada: a minha grandiosa e guerreira mãe Vânia, por todos os ensinamentos e por sempre acreditar e sonhar junto comigo que tudo seria possível, gostaria de agradecer também ao meu fiel e para sempre namorado Murilo, por todo apoio durante o meu curso, carinho, amor e paciência, e por ter me ajudando a superar os momentos difíceis, sempre ao meu lado, você foi fundamental para essa minha grande conquista.

Não poderia deixar de agradecer aos meus amigos de curso, que se transformaram em irmãos e sempre estiveram comigo nos bons e nos maus momentos da graduação. Durante esse tempo, rimos juntos, choramos, brigamos, mas acima de tudo nos amamos e nos ajudamos, valeu a pena, nós conseguimos. Gostaria de agradecer em especial o Alexander, por toda ajuda e apoio durante essa louca jornada.

Agradeço imensamente a todos os docentes do *Campus* por transmitirem seus conhecimentos durante minha graduação e ao professor e extraordinário orientador Bruno Pellizzario, por toda paciência e dedicação de sempre comigo nessa etapa tão importante da minha vida acadêmica e durante ela.

Um agradecimento em especial também aos que desacreditaram em mim, pois vocês me fortaleceram ainda mais.

*"Entrega o teu caminho ao Senhor; confia nele, e o mais ele fará"*  
*Salmos 37:5*

## RESUMO

O empreendedorismo feminino representa um elemento relevante para o desenvolvimento econômico e social brasileiro, especialmente no setor de beleza e estética, que historicamente concentra elevada participação de mulheres. Nesse contexto, a formalização por meio do Microempreendedor Individual (MEI) surge como um mecanismo estratégico para a profissionalização e ampliação das oportunidades de negócio. Este artigo objetiva analisar, por meio de uma revisão bibliográfica sistematizada, as motivações, desafios e impactos da formalização via MEI para microempreendedoras do setor de beleza e estética. A pesquisa utilizou bases como *Google Scholar*, CAPES, *SciELO* e repositórios institucionais, considerando publicações entre 2018 e 2025. Os resultados revelam que fatores como autonomia financeira, flexibilidade e necessidade de complementar renda impulsionam as mulheres a empreender nesse setor. Entretanto, desafios estruturais, como limitações de acesso ao crédito, sobrecarga doméstica e insuficiência de políticas públicas específicas, permanecem como barreiras significativas. Conclui-se que, embora o MEI contribua para maior segurança jurídica e acesso a benefícios, seu impacto depende da articulação com capacitações, redes de apoio e políticas adaptadas às realidades das microempreendedoras.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino. MEI. Beleza. Estética. Formalização.

## ABSTRACT

Women's entrepreneurship represents a relevant element for Brazilian economic and social development, especially in the beauty and aesthetics sector, which historically has a high participation of women. In this context, formalization through the Individual Micro entrepreneur (MEI) emerges as a strategic mechanism for professionalization and expansion of business opportunities. This article aims to analyze, through a systematic literature review, the motivations, challenges, and impacts of formalization via MEI (Individual Micro entrepreneur) for micro-entrepreneurs in the beauty and aesthetics sector. The research used databases such as Google Scholar, CAPES, SciELO, and institutional repositories, considering publications between 2018 and 2025. The results reveal that factors such as financial autonomy, flexibility, and the need to supplement income drive women to become entrepreneurs in this sector. However, structural challenges, such as limited access to credit, domestic overload, and insufficient specific public policies, remain significant barriers. It is concluded that, although the MEI (Individual Microentrepreneur) contributes to greater legal security and access to benefits, its impact depends on its articulation with training, support networks, and policies adapted to the realities of micro-entrepreneurs.

*Keywords: Female entrepreneurship. Individual Microentrepreneur (MEI). Beauty. Aesthetics. Formalization.*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	14
<b>2.1 Objetivo geral</b> .....	14
<b>2.2 Objetivos específicos</b> .....	14
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	15
<b>3.1 Empreendedorismo Feminino</b> .....	15
<b>3.2 Microempreendedor Individual (MEI)</b> .....	16
<b>3.3 Ramo de beleza e estética no Brasil</b> .....	17
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	19
<b>4.1 Tipo de pesquisa</b> .....	19
<b>4.2 Coleta, tratamento e análise dos dados</b> .....	20
<i>4.2.1 Estratégia de busca e critérios de seleção dos estudos</i> .....	21
<i>4.2.2 Critérios de inclusão e exclusão</i> .....	22
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	22
<b>5.1 Motivações para o empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética</b> .....	24
<b>5.2 Desafios econômicos, sociais e estruturais no empreendedorismo feminino</b> .....	27
<b>5.3 Políticas públicas, apoio institucional e o impacto da formalização via MEI</b> .....	29
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	31
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	33

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino no Brasil se encontra em evidência e ascensão, tanto no campo acadêmico quanto nas políticas públicas e práticas de mercado, apresentando-se como elemento-chave para o desenvolvimento econômico e social. Dentro desse universo, o setor de beleza e estética ocupa posição de destaque pela sua capacidade de absorção de mão de obra feminina e pela flexibilidade operacional, permitindo que as empreendedoras conciliem atividades profissionais e responsabilidades familiares (NAZÁRIO e LOBO, 2024; ANDRADE *et al.*, 2021).

Estudos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa - SEBRAE (2024), apontam que 95,9% das mulheres formalizadas como Microempreendedores Individuais (MEI) atuam em atividades relacionadas ao tratamento de beleza, revelando não apenas a relevância econômica desse nicho, mas também sua função social na geração de autonomia. Borges e Cabana (2023), reforçam que, além do aspecto financeiro, o setor proporciona ganhos de autoestima e pertencimento, fortalecendo o papel dessas mulheres na comunidade.

As motivações para o ingresso das mulheres nesse ramo são diversas e combinam fatores econômicos, sociais e culturais. Segundo Nazário e Lobo (2024), a busca por independência financeira e o desejo de gerir o próprio tempo são elementos determinantes na escolha de atuar no setor de estética e beleza. Essa perspectiva é reforçada por Andrade *et al.* (2021), os quais identificaram no município de Juazeiro (BA) motivações intrínsecas, como a autorrealização e o desejo de contribuir para a melhoria da autoestima de clientes, se somam a fatores extrínsecos, como estabilidade de renda e reconhecimento social.

Borges e Cabana (2023), acrescentam que, em muitas regiões, a decisão de empreender surge também como alternativa diante da falta de oportunidades formais de emprego, tornando o negócio próprio uma estratégia de sobrevivência e ascensão social. Essas constatações dialogam com o panorama nacional apresentado pelo Governo do Brasil (2023), que mostra crescimento contínuo da participação feminina no empreendedorismo.

No que diz respeito à forma como esses negócios são estruturados, Magalhães (2023), observou que a lógica da *effectuation* é uma característica marcante entre empreendedoras do setor de beleza, especialmente em municípios de menor porte. Essa abordagem consiste em utilizar recursos já disponíveis — como habilidades adquiridas, rede de contatos e infraestrutura

existente — para iniciar e consolidar o negócio, em vez de depender exclusivamente de planejamento formal ou capital externo.

Essa realidade é confirmada por Borges e Cabana (2023), que destacam a capacidade dessas empreendedoras de adaptarem-se rapidamente às demandas do mercado e de inovarem em seus serviços para atender expectativas dos clientes. Nazário e Lobo (2024), também apontam que, no setor de beleza, essa adaptabilidade é essencial para acompanhar tendências e manter a competitividade.

Apesar das vantagens e da alta taxa de formalização via MEI, muitas empreendedoras ainda permanecem na informalidade. Assunção, França e Porto (2025), afirmam que diversos são os estudos que essa decisão está associada principalmente ao fato das mulheres não conhecerem as obrigações legais, receio em relação aos custos adicionais, insegurança quanto à burocracia e preferência por maior flexibilidade na gestão dos negócios, especialmente em se tratando da conciliação entre trabalho e responsabilidades familiares.

Essa resistência, segundo Borges e Cabana (2023), pode ser superada com ações de capacitação e informação direcionadas, que expliquem de forma prática os benefícios do registro formal. Andrade *et al.* (2021), acrescentam que, ao formalizar-se, a empreendedora amplia suas oportunidades de participação em licitações, parcerias comerciais e acesso a crédito, fortalecendo sua posição no mercado.

O impacto econômico do setor é expressivo e ultrapassa a esfera individual. O Sebrae (2024), relata que, em 2023, 180.831 novos MEIs foram registrados na área de beleza e estética, representando uma média de quase 500 formalizações diárias. Esse dado reflete não apenas o potencial de geração de renda, mas também a importância do segmento para a economia nacional. Nazário e Lobo (2024), argumentam que o fortalecimento desse setor está diretamente ligado ao estímulo de políticas públicas que considerem suas especificidades, enquanto o Governo do Brasil (2023), destaca que empreendimentos femininos têm maior propensão a investir parte do lucro em melhorias comunitárias, ampliando o alcance do impacto social.

Além do aspecto econômico, o setor de beleza desempenha papel significativo na promoção da autoestima e no fortalecimento das redes sociais locais. Andrade *et al.* (2021), mostram que, ao oferecer serviços que melhoram a imagem pessoal, essas empreendedoras contribuem para o bem-estar emocional de seus clientes, fortalecendo vínculos e construindo relações de confiança. Borges e Cabana (2023), complementam que essas redes muitas vezes se transformam em espaços de apoio mútuo, troca de informações e oportunidades de negócio. Em cidades como Bambuí (MG), onde a interação comunitária é intensa, esse efeito é ainda mais perceptível.

Assim, analisar a utilização do MEI por microempreendedoras no campo de beleza estética em Bambuí (MG) implica compreender um conjunto amplo de fatores, que vão desde motivações individuais até dinâmicas econômicas e sociais mais complexas. Este relatório de pesquisa se propõe a investigar essas questões de maneira aprofundada, oferecendo subsídios para políticas e iniciativas que fortaleçam o empreendedorismo feminino no setor e ampliem seus benefícios para a economia e a sociedade local.

## **2 OBJETIVOS**

Os tópicos a seguir apresentam o objetivo geral e os objetivos específicos do presente relatório técnico

### **2.1 Objetivo geral**

Analisar por meio de uma revisão narrativa da literatura, a utilização do Microempreendedor Individual (MEI) por microempreendedoras atuantes no setor de beleza e estética em municípios de pequeno porte, considerando as motivações para o empreendedorismo, os desafios enfrentados e os impactos da formalização na sustentabilidade e profissionalização desses negócios.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Analisar, à luz da literatura, as motivações que impulsionam o empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética em municípios de pequeno porte.
- Identificar e discutir os principais desafios econômicos, sociais e estruturais enfrentados por microempreendedoras do setor de beleza e estética, considerando desigualdades de gênero e limitações institucionais.
- Avaliar de que forma a formalização via Microempreendedor Individual (MEI) e as políticas públicas de apoio influenciam a sustentabilidade, a gestão e a profissionalização dos negócios liderados por mulheres no setor.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Os tópicos a seguir apresentam o referencial teórico que fundamenta este estudo, estruturado de modo a articular conceitos, evidências empíricas e discussões recentes sobre empreendedorismo feminino, Microempreendedor Individual (MEI) e o setor de beleza e estética no Brasil.

#### 3.1 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo feminino apresenta visibilidade no Brasil, integrando debates acadêmicos, políticas públicas e dinâmicas econômicas contemporâneas. A literatura evidencia que o empreendedorismo se consolidou como alternativa de ingresso e permanência no mercado de trabalho, sobretudo em um cenário de transformações econômicas e aumento da informalidade (MAIA, 2020). Nesse contexto, o perfil empreendedor é frequentemente associado à capacidade de iniciativa, de aceitação de riscos e de reorganização dos recursos disponíveis para gerar valor econômico ou social (ARAÚJO; LOPES, 2023.).

Para muitas mulheres, empreender surge como estratégia de conciliação entre vida profissional e responsabilidades familiares, além de permitir flexibilidade de horários, autonomia e autor realização (KRATZKE, 2021). Estudos do *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2018), reforçam que o empreendedorismo feminino é impulsionado tanto por necessidade quanto por oportunidade, o que se torna uma alternativa relevante para complementação de renda e construção de independência financeira. Segundo Santos (2015), a participação feminina no empreendedorismo está inserida em um movimento mais amplo de afirmação das mulheres como protagonistas econômicas e políticas, resistindo a estruturas históricas marcadas por machismo e desigualdades.

Além de ser instrumento de geração de renda, o empreendedorismo feminino transforma relações sociais e comunitárias. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) demonstra que cerca de 9,3 milhões de mulheres lideram negócios no Brasil, representando aproximadamente 34% das pessoas proprietárias de empresas (SEBRAE, 2021). França (2014), destaca que empreendedoras apresentam características marcantes, como visão sistêmica, humanização das relações de trabalho, espírito colaborativo, capacidade multitarefa e forte vínculo com a cultura local.

O crescimento do empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética apresenta especificidades. Nazário e Lobo (2024), observam que a busca por autonomia financeira e a possibilidade de alinhar trabalho e vida familiar são as principais motivações identificadas entre essas profissionais. O conhecimento prévio na área e o baixo investimento inicial contribuem para a entrada no segmento (LIMA *et al.*, 2024).

Apesar disso, as empreendedoras enfrentam desafios relevantes. Silva (2023), menciona obstáculos como o acesso limitado a crédito, sobrecarga doméstica e ausência de apoio institucional, especialmente em municípios menores, onde há escassez de capacitações e linhas de financiamento. Santos (2015), acrescenta que a pressão por competitividade, aliada à multiplicidade de funções desempenhadas, pode gerar elevados níveis de estresse e comprometer a capacidade de inovação.

Por outro lado, estudos qualitativos, como os de Oliveira e Silva (2022), revelam que a participação no setor de beleza ultrapassa o aspecto econômico, promovendo autoestima, reconhecimento social e fortalecimento de redes comunitárias. Miri e Sgarbossa (2023), apontam que salões e estúdios funcionam também como espaços de acolhimento, troca de experiências e cooperação, reforçando vínculos sociais e identidade coletiva.

### **3.2 Microempreendedor Individual (MEI)**

O microempreendedorismo emergiu como alternativa ao desemprego, à informalidade e à reestruturação das dinâmicas produtivas no Brasil (ARAÚJO; LOPES, 2023.). A criação da figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI), por meio da Lei Complementar nº 128/2008, representou marco importante para formalizar trabalhadores que atuavam sem proteção legal (SEBRAE, 2025). Assim, o MEI passa a integrar políticas de inclusão produtiva, promovendo não apenas impacto econômico, mas também social.

O regime do MEI estabelece limites de faturamento, regras de contratação e critérios específicos: renda anual de até R\$ 81.000,00, ausência de participação em outras empresas e possibilidade de contratar um funcionário com salário mínimo ou piso da categoria. Além disso, a formalização possibilita abertura de conta empresarial, acesso a crédito, benefícios previdenciários e isenção de tributos federais, como IR, PIS, Cofins, IPI e CSLL. Tais aspectos ampliam oportunidades para trabalhadoras que buscam segurança e estabilidade (BRASIL, 2023).

A expansão do MEI acompanha mudanças no ambiente econômico brasileiro. Segundo o GEM (2018), o aumento da formalização está ligado ao fortalecimento do Simples Nacional

e às políticas que facilitam a criação de pequenos negócios. Entretanto, Souza *et al.* (2024), alertam que a sustentabilidade desses empreendimentos exige competências gerenciais diversas e a falta de domínio sobre áreas fundamentais pode contribuir para a mortalidade empresarial.

O MEI se tornou especialmente relevante para mulheres empreendedoras. Dados do Sebrae (2024), indicam mais de 15 milhões de registros ativos, pois as mulheres representam quase metade desse total, com forte presença nos setores de beleza, moda e alimentação. A simplicidade do registro e o baixo custo de manutenção são fatores decisivos.

Nazário e Lobo (2024), destacam que a formalização permite acessar crédito, emitir nota fiscal e participar de licitações. Todavia, Silva (2023), observa que muitas empreendedoras desconhecem obrigações tributárias e burocráticas, o que pode gerar inadimplência e cancelamento do CNPJ. Lima *et al.* (2024), reforçam que a falta de programas contínuos de capacitação compromete a permanência no regime.

No setor de beleza, a formalidade amplia a base de clientes e favorece parcerias comerciais (OLIVEIRA; SILVA, 2022). Mesmo assim, alguns profissionais optam pela informalidade para evitar custos fixos ou por falta de informação adequada (MIRI; SGARBOSSA, 2023). O Sebrae (2023), aponta que a formalização contribui para a profissionalização da gestão, incentivando controle financeiro, *marketing* e melhoria do atendimento. Contudo, sem acompanhamento técnico, há risco de retorno à informalidade.

### **3.3 Ramo de beleza e estética no Brasil**

Desde a criação do regime jurídico Microempreendedor Individual - MEI, a formalização dos profissionais do segmento da beleza vem crescendo de forma contínua (MAIA, 2020). O mercado da beleza e estética é um dos que mais cresce no Brasil e no mundo. A cadeia produtiva do setor é longa, e envolve vários players com diferentes naturezas, portes e poder de barganha (SEBRAE, 2017). Atualmente a incessante busca pela beleza torna-se cada vez maior, deixando de ser restrito apenas a mulheres e passa a abranger homens, mulheres e crianças, das mais diversas idades e classes sociais (ANDRADE *et al.*, 2021).

Devido a redução das barreiras econômicas e comerciais há um crescimento do micro empreendedorismo e da concorrência no país, inclusive na área estética (VIEIRA, 2018). Em relação ao empreendedorismo feminino, 14,4% das atividades mais praticadas estão relacionadas com a questão da estética, seguido por restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas (GEM, 2018). Dentre as diversas áreas que são gerenciadas

por mulheres, o setor de beleza e estética confere um tipo de negócio que sempre teve predominantemente a atuação feminina na direção (MAIA, 2020).

E mesmo em momentos de dificuldades econômicas, como o cenário pandêmico de 2020, o ramo da estética está crescendo de maneira significativa (SILVA, 2023).

Visto que o micro empreendedorismo garante direitos e desenvolvimento social e econômico, pois é crescente no campo estético pela facilidade de angariar recursos capazes de proporcionar crescimento comercial e estabilidade econômica (VIEIRA, 2018). Nesse cenário, o mercado da beleza alimenta uma ascensão que movimenta mais de R\$38 bilhões por ano no Brasil e a formalização de MEIs foi uma das categorias que mais cresceu acompanhando essa tendência (SEBRAE, 2025).

Estudos recentes de 2025 reforçam a relevância macroeconômica e social do fenômeno do empreendedorismo feminino e sua relação com políticas de formalização e sustentabilidade. Campos (2025), observa que políticas públicas e apoio institucional continuam como fatores determinantes para a sustentabilidade econômica das empreendedoras, enquanto Melo *et al.* (2025), destacam conexões entre empreendedorismo feminino e agendas de sustentabilidade/ODS que impactam práticas empresariais no setor. Estudos de 2025 também mostram variações regionais e trajetórias locais que contextualizam o crescimento do setor em grandes centros e em municípios médios (FERNANDEZ, 2025).

O setor de beleza e estética no Brasil ocupa posição de destaque no cenário econômico global, e é o quarto maior mercado consumidor de produtos e serviços de beleza do mundo (SEBRAE, 2023). A expansão contínua desse segmento é impulsionada por mudanças no comportamento do consumidor, que passaram a valorizar mais os cuidados pessoais, independentemente de gênero ou faixa etária. Nazário e Lobo (2024), destacam que, além do aspecto estético, o setor atua diretamente na promoção do bem-estar e autoestima, o que o torna atrativo para empreendedoras que buscam alinhar propósito e negócio.

De acordo com Oliveira e Silva (2022), a área da beleza é caracterizada por baixo custo de entrada e grande potencial de fidelização, já que os serviços são consumidos de forma recorrente. Essa característica contribui para a rápida construção de carteiras de clientes e para a estabilidade de receita, mesmo em períodos de instabilidade econômica. Miri e Sgarbossa (2023), ressaltam que, em cidades de pequeno porte, os salões de beleza e estúdios funcionam também como espaços de convivência e integração comunitária, fortalecendo vínculos sociais e a identidade local.

O Sebrae (2024), aponta que as microempreendedoras individuais no setor de beleza representam uma fatia expressiva dos MEIs no país, com predominância de serviços como

cabeleireiro, manicure, pedicure e estética facial. Lima *et al.* (2024), acrescentam que, embora o setor ofereça oportunidades significativas, também impõe desafios, como a necessidade constante de atualização técnica e adaptação às tendências do mercado. A participação em cursos de capacitação e eventos do setor é apontada como fator determinante para a manutenção da competitividade.

Por fim, o crescimento do setor está associado à capacidade de inovação e à incorporação de novas tecnologias, tanto no atendimento quanto na gestão dos negócios. Silva (2023), observa que a digitalização de agendamentos, o uso de redes sociais para *marketing* e a oferta de pacotes personalizados de serviços têm se mostrado estratégias eficazes para ampliar a clientela e aumentar a receita. Assim, o ramo de beleza e estética se consolida não apenas como um segmento economicamente relevante, mas também como um campo fértil para o fortalecimento do empreendedorismo feminino no Brasil (CAMPOS, 2025; MELO *et al.*, 2025; FERNANDEZ, 2025).

## **4 METODOLOGIA**

Os tópicos a seguir apresentam a metodologia adotada no presente artigo científico, elaborada com o propósito de compreender de forma aprofundada o cenário do empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética, com ênfase nas microempreendedoras individuais (MEIs). A opção por uma abordagem baseada em revisão narrativa da literatura permitiu reunir, analisar e comparar evidências teóricas e empíricas sobre o fenômeno estudado, assegurando rigor metodológico e coerência com os objetivos estabelecidos.

### **4.1 Tipo de pesquisa**

O presente estudo caracteriza-se como uma revisão narrativa da literatura, de natureza qualitativa e abordagem descritivo-analítica. Esse tipo de revisão tem como finalidade reunir, analisar e discutir estudos previamente publicados sobre determinado tema, permitindo uma compreensão ampla e interpretativa do fenômeno investigado, sem a adoção de protocolos rígidos de seleção, como ocorre nas revisões sistemática (ROTHER, 2007; MINAYO *et al.*, 2016; GIL, 2019).

A revisão narrativa possibilita a contextualização teórica do tema, bem como a identificação de tendências, lacunas e contribuições relevantes da literatura existente, é adequada para estudos que buscam aprofundar discussões conceituais e analíticas (ROTHER,

2007). Dessa forma, este método mostra-se apropriado para analisar o empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética, com foco na utilização do Microempreendedor Individual (MEI) por microempreendedoras atuantes em municípios de pequeno porte.

Para a construção da revisão, foram selecionados artigos científicos publicados em língua portuguesa, disponíveis em bases de dados eletrônicas e periódicos científicos, considerando estudos que abordassem o empreendedorismo feminino, o setor de beleza e estética, bem como a formalização por meio do MEI. A seleção dos estudos ocorreu de forma intencional, priorizando publicações relevantes para os objetivos do trabalho, sem delimitação rígida de período, permitindo uma análise mais abrangente da produção acadêmica.

Após a seleção, os estudos foram organizados e analisados de forma crítica e interpretativa, possibilitando a síntese dos principais achados e sua articulação com os objetivos propostos. A análise dos dados ocorreu por meio da leitura exploratória e analítica dos textos, buscando identificar convergências, divergências e contribuições dos autores para a compreensão do empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética.

#### **4.2 Coleta, tratamento e análise dos dados**

A coleta de materiais ocorreu entre novembro de 2024 e janeiro de 2025, abrangendo publicações produzidas entre 2018 e 2025. O processo de busca foi conduzido em bases acadêmicas e repositórios institucionais amplamente reconhecidos, incluindo o Portal de Periódicos CAPES, *Google Scholar*, *SciELO*, *Spell* e revistas científicas nacionais, como a Revista *Relise*, *Espaço & Economia* e *RELACult*. Também foram consultados relatórios técnicos do Sebrae, dados estatísticos do IBGE e publicações governamentais relacionadas ao empreendedorismo e ao MEI.

Foram considerados materiais que abordassem diretamente o empreendedorismo feminino, o setor de beleza e estética ou a formalização por meio do MEI. Publicações com foco em municípios de pequeno porte também foram priorizadas, mesmo quando apresentavam estudos de caso em outras cidades, desde que contribuíssem para a compreensão das dinâmicas analisadas. Foram excluídos textos de opinião sem fundamentação analítica, estudos exclusivamente internacionais e materiais com escopo distante da perspectiva de gênero. Ao final da triagem, nove documentos atenderam integralmente aos critérios de inclusão e compõem o *corpus* final da revisão.

O tratamento dos dados seguiu a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), estruturada em três fases: pré-análise, exploração do material e interpretação dos

resultados. Esse procedimento permitiu organizar de forma sistemática os conteúdos selecionados, identificando categorias que dialogam diretamente com os objetivos específicos deste estudo.

As categorias emergentes concentraram-se em três eixos principais: desafios enfrentados pelas microempreendedoras do setor de beleza, motivações que impulsionam o empreendedorismo feminino e os impactos da formalização via MEI e das políticas públicas relacionadas.

A análise foi complementada pela triangulação de dados, conforme recomendação de Minayo (2001), integrando evidências qualitativas provenientes da literatura acadêmica com dados quantitativos apresentados por instituições como IBGE, Sebrae e Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Esse procedimento fortaleceu as conclusões ao assegurar que as interpretações resultassem tanto da fundamentação teórica quanto da realidade empírica observada no cenário brasileiro.

#### ***4.2.1 Estratégia de busca e critérios de seleção dos estudos***

A seleção dos artigos que compõem o *corpus* desta revisão bibliográfica seguiu um processo sistematizado, com o objetivo de garantir rigor metodológico, transparência e alinhamento com os objetivos da pesquisa. Inicialmente, foram definidas palavras-chave relacionadas ao tema do estudo, tais como: “empreendedorismo feminino”, “microempreendedor individual”, “MEI”, “setor de beleza e estética”, “mulheres empreendedoras” e “formalização”. Essas expressões foram utilizadas de forma combinada nas buscas realizadas nas bases *Google Scholar*, Portal de Periódicos CAPES, *SciELO*, *Spell* e repositórios institucionais.

O recorte temporal adotado compreendeu publicações entre os anos de 2018 e 2025, período escolhido por contemplar estudos recentes e alinhados ao contexto atual do empreendedorismo feminino e da ampliação do regime do MEI no Brasil. A busca inicial resultou em um número mais amplo de publicações, que passaram por uma etapa de leitura dos títulos e resumos, a fim de verificar sua pertinência temática.

Na etapa seguinte, foi realizada a leitura integral dos estudos previamente selecionados, com o intuito de identificar aqueles que apresentavam aderência direta ao objeto da pesquisa, especialmente no que se refere à atuação de mulheres no setor de beleza e estética, aos desafios enfrentados, às motivações empreendedoras e ao papel da formalização via MEI. Esse

procedimento segue as orientações de Prodanov e Freitas (2013), que ressaltam a importância de critérios claros e bem definidos na condução de revisões bibliográficas.

#### **4.2.2 Critérios de inclusão e exclusão**

Os critérios de inclusão adotados neste estudo contemplaram: (i) artigos científicos, trabalhos acadêmicos e relatórios institucionais que abordassem diretamente o empreendedorismo feminino; (ii) estudos relacionados ao setor de beleza e estética; (iii) publicações que discutissem a formalização por meio do Microempreendedor Individual (MEI); e (iv) pesquisas com enfoque no contexto brasileiro, especialmente em municípios de pequeno porte ou com características socioeconômicas semelhantes às do município de Bambuí (MG).

Foram priorizados estudos que apresentassem análise empírica ou teórica consistente, publicados em periódicos científicos, anais de eventos acadêmicos, dissertações, teses e documentos institucionais reconhecidos, como os produzidos pelo Sebrae e órgãos governamentais. Essa escolha se justifica pela relevância dessas fontes na produção de dados confiáveis sobre microempreendedorismo e políticas públicas (LAKATOS; MARCONI, 2017).

Como critérios de exclusão, foram descartados: (i) textos de opinião sem fundamentação científica; (ii) publicações exclusivamente internacionais, sem articulação com a realidade brasileira; (iii) estudos cujo foco principal não estivesse relacionado ao empreendedorismo feminino, ao setor de beleza ou ao MEI; e (iv) materiais duplicados ou com informações desatualizadas. Após a aplicação desses critérios, nove estudos foram considerados adequados e compuseram o *corpus* final da análise.

## **5 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Os resultados e discussões apresentados neste capítulo estão organizados de forma a responder diretamente aos objetivos específicos propostos neste estudo. A análise foi estruturada em três eixos centrais: as motivações das mulheres para empreender no setor de beleza e estética, os desafios enfrentados na gestão dos empreendimentos e os impactos da formalização por meio do Microempreendedor Individual (MEI) na atuação dessas microempreendedoras em municípios de pequeno porte.

Após o processo de busca e triagem descrito na metodologia, foram selecionados onze artigos que atenderam integralmente aos critérios de inclusão definidos, compondo o *corpus* de análise deste relatório técnico. Essas publicações tratam do empreendedorismo feminino no

setor de beleza e estética em municípios de pequeno porte, abordando desde motivações e perfis das microempendedoras até os principais desafios enfrentados e o papel da formalização via MEI. A Tabela 1 apresenta o detalhamento desses artigos, incluindo autor(es), ano de publicação, título, periódico ou plataforma e um breve resumo do conteúdo, que serão discutidos em maior profundidade nas seções seguintes.

TABELA 1 - Artigos encontrados

<b>Autor(es)</b>	<b>Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Revista/Plataforma</b>	<b>Resumo</b>
Larisse Silva Nazario e Ezequiel Alves Lobo	2024	Motivações ao Empreendedorismo Feminino na Área da Beleza e Estética	Revista Destarte	A pesquisa identifica as principais motivações que levam mulheres a empreender no setor de beleza e estética, como desejo de independência financeira e autonomia, além da necessidade de conciliar trabalho e família.
Andrade <i>et al.</i>	2021	Empreendedorismo feminino no segmento de estética e beleza: um estudo à luz da Teoria de McClelland	ID <i>on line</i> . Revista de Psicologia	Evidenciou que autonomia financeira, realização pessoal e necessidade de sucesso são fatores centrais para o empreendedorismo feminino no setor
Moreira <i>et al.</i>	2021	O empreendedorismo feminino no setor de beleza na cidade de Nova Andradina/MS	Revista Gestão em Conhecimento	Identificou desafios relacionados à gestão, concorrência e informalidade, destacando o impacto positivo no desenvolvimento local.
Rocha <i>et al.</i>	2022	O perfil e os desafios das mulheres empreendedoras na prestação de serviços estéticos	Revista Científica UNIFAGOC	Apontou dificuldades financeiras, falta de apoio institucional e necessidade de capacitação contínua.
SOUZA, Cingridy <i>et al.</i>	2025	Empreendedorismo Feminino no Brasil: Principais Desafios Enfrentados e Perspectivas de Crescimento	Revista Foco	Análise dos desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no Brasil, incluindo acesso restrito a financiamentos, desigualdade de oportunidades e sobrecarga de responsabilidades domésticas.
MAIA, Williane Araujo.	2020	Empreendedorismo Feminino: Um Estudo de Caso no Setor de Beleza e Estética em Barra dos Coqueiros / SE	Universidade Federal de Sergipe	Análise das características, motivações e desafios enfrentados por empreendedoras no setor de beleza e estética em Barra dos Coqueiros (SE), destacando aspectos como gestão de pessoas, <i>marketing</i> e finanças.

ROCHA, Camila Roberta Alves, <i>et al.</i>	2022	O Perfil e os Desafios das Mulheres Empreendedoras na Prestação de Serviços Estéticos	Revista Científica UNIFAGOC	Estudo que identifica o perfil profissional das mulheres empreendedoras na área da estética, bem como analisa os principais desafios do setor.
MÜLLER, Cristiane; <i>et al.</i>	2023	Histórias de Empreendedorismo Feminino no Setor de Beleza e Estética: Um Estudo nas Cidades de Santa Helena-PR e Marechal Cândido Rondon-PR	Congresso CCSA	Pesquisa que aborda as experiências de mulheres empreendedoras no setor de beleza e estética em municípios pequenos, destacando motivações e desafios enfrentados.
SEBRAE	2023	Setor da Beleza é o Preferido das Mulheres Empreendedoras.	SEBRAE	Artigo que destaca a preferência das mulheres pelo setor de beleza e estética, ressaltando as oportunidades e desafios enfrentados nesse segmento.
SEBRAE	2023	Empreendedorismo feminino: novas oportunidades	SEBRAE	O artigo apresenta novas oportunidades para mulheres empreendedoras, destacando iniciativas como fundos de investimento e programas de capacitação que visam apoiar o crescimento de negócios liderados por mulheres.
ARAÚJO, Natália dos Reis Sousa; LOPES, Célio Adriano.	2023	O Comportamento Empreendedor Feminino Na Área Da Beleza E Estética	Anais do COMINE	Este artigo explora o empreendedorismo feminino na área da estética e beleza, destacando sua importância, desafios enfrentados e cases de sucesso de empreendedoras que inovam na indústria.

Fonte: Autora, 2025

### 5.1 Motivações para o empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética

Esta seção atende ao objetivo específico de analisar as motivações que levam mulheres a empreender no setor de beleza e estética em municípios de pequeno porte, conforme evidenciado na literatura analisada.

De forma geral, os estudos analisados convergem ao indicar que o perfil das microempreendedoras do setor de beleza em municípios de pequeno porte é fortemente marcado por motivações híbridas, que combinam necessidade econômica, busca por autonomia e realização pessoal.

A análise dos artigos selecionados evidencia que as microempreendedoras no setor de beleza e estética, especialmente em municípios de pequeno porte, apresentam um perfil marcado pela busca por autonomia financeira e pela necessidade de conciliar atividades

profissionais e responsabilidades familiares. Conforme Nazario e Lobo (2024), o desejo de independência e a flexibilidade na organização do tempo são motivações centrais que impulsionam essas mulheres a optar pelo empreendedorismo nesse segmento, alinhando-se ao que aponta Andrade *et al.* (2021), ao reconhecerem que o controle sobre a própria jornada de trabalho e a possibilidade de tomar decisões estratégicas fortalecem o senso de pertencimento e realização pessoal.

Maia (2020), em estudo de caso realizado em Barra dos Coqueiros (SE), complementa que muitas empreendedoras recorrem ao microempreendedorismo como alternativa para superar as limitações impostas pelo mercado formal, em especial a falta de oportunidades e as barreiras salariais enfrentadas pelas mulheres. Essa interpretação converge com as conclusões de Borges e Cabana (2023), que destacam que, em localidades com economia pouco diversificada, o setor de beleza torna-se uma das principais portas de entrada para o trabalho autônomo feminino.

Embora os estudos utilizem metodologias distintas, há consenso quanto ao papel central da flexibilidade e da autonomia como fatores motivadores, o que reforça a compreensão de que o empreendedorismo feminino nesse setor está menos associado à estratégias de crescimento acelerado e mais relacionado à sobrevivência econômica e à conciliação entre trabalho e vida familiar.

O contexto das cidades menores, caracterizado por oportunidades de emprego mais restritas e limitações no acesso a programas de capacitação e redes de apoio, reforça a relevância do Microempreendedor Individual (MEI) como instrumento de formalização e expansão dos negócios. Müller *et al.* (2023), observam que o MEI oferece benefícios concretos, como simplificação tributária e facilitação de acesso a crédito, o que é corroborado pelos relatórios do Sebrae (2023), que apontam a formalização como um marco para a profissionalização e aumento da competitividade dessas empreendedoras.

Além dos fatores econômicos, Araújo e Lopes (2023), ressaltam que as motivações dessas mulheres extrapolam o aspecto financeiro, abrangendo o desejo de realização pessoal, o fortalecimento da autoestima e o protagonismo em um mercado historicamente marcado por desigualdades de gênero. Souza *et al.* (2025), acrescentam que, para muitas microempreendedoras, o ato de empreender constitui também um mecanismo de resistência frente às dificuldades estruturais e sociais, incluindo o preconceito e a sobrecarga das responsabilidades domésticas realidade também apontada por Strobino e Teixeira (2014), ao tratar da conciliação entre trabalho e família no contexto do empreendedorismo feminino.

Portanto, o perfil dessas microempreendedoras é multifacetado, integrando dimensões econômicas, sociais e simbólicas. As motivações para ingressar no empreendedorismo combinam a busca por geração de renda e estabilidade financeira com a aspiração por autonomia e reconhecimento social. Esses fatores estão diretamente relacionados às condições específicas do ambiente local e encontram respaldo no papel facilitador da formalização via MEI, conforme enfatizado por estudos recentes sobre empreendedorismo feminino em serviços de proximidade (NAZARIO; LOBO, 2024; SEBRAE, 2023; BORGES; CABANA, 2023).

Ao relacionar os resultados encontrados com o referencial teórico apresentado, observa-se forte convergência com os estudos clássicos e contemporâneos sobre empreendedorismo feminino. As motivações identificadas nos artigos analisados — como autonomia financeira, flexibilidade e autorrealização — dialogam diretamente com as contribuições de Kratzke (2021) e Santos (2015), que apontam o empreendedorismo como estratégia de conciliação entre trabalho produtivo e responsabilidades familiares.

Além disso, a predominância do setor de beleza como espaço de atuação feminina confirma as análises de Maia (2020) e Nazário e Lobo (2024), que destacam o baixo custo de entrada e o conhecimento prévio como fatores facilitadores. Esses achados reforçam a compreensão de que o empreendedorismo feminino, especialmente em serviços de proximidade, não se limita a uma resposta econômica, mas constitui também um fenômeno social e simbólico, associado à construção de identidade, autoestima e reconhecimento comunitário (OLIVEIRA; SILVA, 2022; MIRI; SGARBOSSA, 2023).

À luz do referencial teórico, os resultados analisados confirmam que o empreendedorismo feminino no setor de beleza se insere predominantemente na lógica do empreendedorismo por necessidade, conforme discutido por GEM (2018) e Maia (2020), ainda que apresente elementos de empreendedorismo por oportunidade, como a busca por autorrealização e reconhecimento social. Assim, observa-se que o perfil dessas microempreendedoras é construído a partir de condicionantes estruturais do mercado de trabalho, mas também de estratégias individuais de resistência e afirmação social.

O estudo de Andrade *et al.* (2021), ao utilizar a Teoria das Necessidades de McClelland, destaca que motivações relacionadas à necessidade de realização, ao desejo de reconhecimento e à autonomia são determinantes para a atuação das mulheres no setor de estética e beleza. Esses achados dialogam diretamente com os resultados dos demais estudos analisados neste trabalho, que apontam o empreendedorismo como uma alternativa viável para conciliar geração de renda e satisfação pessoal.

De forma complementar, Moreira *et al.* (2021), evidenciam que, em cidades de pequeno porte, o setor de beleza se apresenta como uma oportunidade acessível para o empreendedorismo feminino, uma vez que exige menor investimento inicial e possibilita a construção de vínculos próximos com a clientela local. O estudo ressalta ainda que muitas mulheres ingressam nesse ramo motivadas pela possibilidade de crescimento profissional e pela valorização do trabalho feminino no contexto local, aspecto que fortalece a relevância do setor para o desenvolvimento econômico municipal.

Já o estudo de Rocha *et al.* (2022), contribui ao demonstrar que, além das motivações econômicas, fatores como autoestima, empoderamento e reconhecimento social exercem papel fundamental na decisão das mulheres de empreender na prestação de serviços estéticos. Esses elementos reforçam a compreensão de que o empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética ultrapassa a dimensão financeira, assumindo também um caráter social e simbólico, alinhado às discussões apresentadas nos demais artigos analisados.

## **5.2 Desafios econômicos, sociais e estruturais no empreendedorismo feminino**

Esta seção responde aos objetivo específico de identificar os desafios econômicos, sociais e estruturais enfrentados por microempreendedoras do setor de beleza e estética, conforme apontado pelos estudos selecionados.

Os desafios enfrentados pelas microempreendedoras do setor de beleza e estética não se apresentam de forma isolada, mas interligada, formando um conjunto de barreiras econômicas, sociais e estruturais que impactam diretamente a sustentabilidade dos negócios.

Os artigos analisados apontam que as microempreendedoras do setor de beleza e estética em municípios de pequeno porte enfrentam desafios multifacetados que atravessam as dimensões econômica, social e estrutural, impactando diretamente a sustentabilidade e o potencial de crescimento de seus negócios. No âmbito econômico, Souza *et al.* (2025), destacam que a limitação de acesso às linhas de crédito e financiamentos é um dos principais entraves, restringindo investimentos em infraestrutura, aquisição de equipamentos e ações de *marketing*. Essa dificuldade é agravada por um histórico de informalidade e pela carência de competências gerenciais, quadro que, segundo Maia (2020), exige programas de capacitação específicos voltados à gestão financeira, planejamento estratégico e uso de ferramentas digitais. Essa análise é consistente com Teixeira e Bomfim (2016), que afirmam que lacunas de qualificação comprometem a competitividade e a permanência no mercado.

A sobrecarga das responsabilidades domésticas, apontada por Rocha *et al.* (2022), como um obstáculo persistente, limita o tempo e a energia disponíveis para a administração e inovação nos negócios. Essa condição dialoga com as conclusões de Strobino e Teixeira (2014), que mostram que o equilíbrio entre trabalho e vida familiar permanece como um dos maiores desafios para mulheres empreendedoras, especialmente em setores com alta demanda presencial e horários irregulares.

Na dimensão estrutural, Müller *et al.* (2023), e os relatórios do Sebrae (2023), indicam que a insuficiência de infraestrutura física adequada, a escassez de redes de apoio e a ausência de políticas públicas efetivas voltadas para a realidade de municípios pequenos limitam a capacidade de expansão e a inovação no setor. Além disso, Borges e Cabana (2023), apontam que a carência de programas locais de incentivo ao empreendedorismo feminino restringe o acesso a informações, mentorias e oportunidades de capacitação, fatores essenciais para a consolidação e o crescimento das microempresas.

Essas informações reforçam a análise de Teixeira e Bomfim (2016), ao evidenciar que as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras não decorrem apenas de limitações individuais, todavia de estruturas sociais que reproduzem desigualdades de gênero. A sobreposição entre trabalho produtivo e trabalho doméstico limita o tempo dedicado à gestão, inovação e qualificação, afetando diretamente a competitividade dos empreendimentos.

Dessa forma, os desafios identificados configuram-se como barreiras interligadas, em que limitações econômicas, desigualdades sociais e fragilidades estruturais se somam, reforçando a necessidade de soluções integradas. Isso inclui políticas públicas adaptadas ao contexto local, fortalecimento das redes de apoio e ampliação das oportunidades de capacitação e crédito, criando um ecossistema mais favorável ao desenvolvimento do empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética em pequenas cidades.

A análise dos desafios enfrentados pelas microempreendedoras evidencia que os resultados empíricos corroboram amplamente o referencial teórico adotado neste estudo. As dificuldades de acesso ao crédito, a sobrecarga doméstica e o preconceito de gênero aparecem de forma recorrente tanto nos artigos analisados quanto na literatura clássica sobre o tema, (TEIXEIRA; BONFIM, 2016; STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Esses resultados indicam que os obstáculos ao empreendedorismo feminino não são individuais, entretanto estruturais, reproduzindo desigualdades históricas de gênero. Conforme Silva (2023), a ausência de políticas públicas territorializadas e a limitação de redes de apoio em municípios pequenos intensificam essas barreiras, dificultando a consolidação e o crescimento dos negócios. Assim, os achados reforçam a necessidade de compreender o

empreendedorismo feminino para além da lógica do esforço individual, reconhecendo-o como um fenômeno condicionado por fatores sociais, institucionais e culturais.

Dessa forma, os resultados analisados demonstram que os desafios do empreendedorismo feminino no setor de beleza estão profundamente enraizados em fatores estruturais e institucionais. Tal constatação reforça a necessidade de políticas públicas integradas e sensíveis às especificidades de gênero e território, conforme defendido por Silva (2023) e Müller *et al.* (2023), superando abordagens que responsabilizam exclusivamente as empreendedoras pelo sucesso ou fracasso de seus negócios.

### **5.3 Políticas públicas, apoio institucional e o impacto da formalização via MEI**

Esta seção atende ao objetivo específico de avaliar os impactos da formalização por meio do Microempreendedor Individual (MEI) na profissionalização, sustentabilidade e atuação das microempreendedoras do setor de beleza e estética.

Embora a formalização via MEI seja amplamente apresentada na literatura como um avanço para o empreendedorismo feminino, os estudos analisados indicam que seus efeitos positivos não são automáticos nem homogêneos.

Os artigos analisados evidenciam que as políticas públicas e o apoio institucional exercem papel estratégico no fortalecimento do empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética, especialmente em municípios de pequeno porte. A formalização por meio do Microempreendedor Individual (MEI) aparece como um mecanismo central para viabilizar a regularização das atividades, ampliar o acesso a direitos previdenciários e facilitar a obtenção de crédito. Segundo o Sebrae (2023), o enquadramento como MEI oferece benefícios concretos, como simplificação tributária, emissão de nota fiscal e participação em licitações, incentivando a profissionalização e a expansão dos negócios. Essa perspectiva é reforçada por Nazário e Lobo (2024), que apontam que a formalização fortalece a percepção de segurança jurídica e aumenta a confiança das empreendedoras na realização de investimentos.

Entretanto, os resultados também evidenciam que a formalização, quando não acompanhada de capacitação gerencial e apoio contínuo, pode gerar insegurança, inadimplência e até retorno à informalidade (CALIARI, *et al.*, 2020 e LIMA, *et al.*, 2024).

Além da formalização, programas de capacitação e consultorias especializadas oferecidos por instituições como o Sebrae têm se mostrado fundamentais para desenvolver competências técnicas e gerenciais. Araújo e Lopes (2023), ressaltam que a combinação entre qualificação profissional, orientação estratégica e acesso a informações sobre o mercado

contribui diretamente para melhorar o desempenho e a sustentabilidade das microempresas. Essa constatação dialoga com Borges e Cabana (2023), que defendem que o fortalecimento das redes de apoio e das parcerias institucionais amplia as oportunidades de inovação e diversificação de serviços, favorecendo a competitividade no setor.

No entanto, a eficácia das políticas públicas depende da sua adaptação à realidade local. Müller *et al.* (2023), alertam que a ausência de estratégias específicas para pequenos municípios e a limitação na divulgação dos programas disponíveis restringem o alcance das ações, deixando muitas empreendedoras fora do radar das iniciativas de fomento. Além disso, Silva (2023), observa que, para ter impacto duradouro, o apoio institucional deve ser contínuo e articulado, evitando soluções pontuais que não se sustentam a longo prazo.

Portanto, a formalização via MEI, quando aliada a políticas públicas efetivas e a um suporte institucional robusto, constitui um vetor fundamental para a consolidação do empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética. A integração dessas ações pode não apenas mitigar barreiras econômicas, sociais e estruturais identificadas, ademais cria um ambiente mais propício para o crescimento sustentável e para o protagonismo das mulheres empreendedoras em contextos de pequeno porte.

No que se refere à formalização via MEI, os resultados analisados confirmam os argumentos apresentados no referencial teórico sobre sua relevância como instrumento de inclusão produtiva. Conforme discutido por Vale *et al.* (2021) e Nazário e Lobo (2024), o MEI amplia a segurança jurídica e possibilita o acesso a benefícios previdenciários e financeiros, pois são percebido pelas empreendedoras como um avanço na profissionalização do negócio.

Entretanto, os estudos também evidenciam limites importantes desse modelo, especialmente quando a formalização não é acompanhada por capacitação contínua e apoio institucional. Esse achado dialoga com Caliar *et al.* (2020) e Lima *et al.* (2024), que alertam para o risco de fragilidade na gestão e retorno à informalidade. Dessa forma, os resultados indicam que o impacto positivo do MEI depende da articulação entre políticas públicas, qualificação profissional e fortalecimento das redes locais de apoio, reforçando a perspectiva de que a formalização, isoladamente, não garante sustentabilidade econômica.

Assim, a análise dos resultados permite concluir que o MEI constitui um instrumento relevante de inclusão produtiva, mas insuficiente quando implementado de forma isolada. Seu impacto positivo depende da articulação com políticas públicas locais, programas de capacitação e fortalecimento das redes de apoio, especialmente em municípios de pequeno porte.

Essa conclusão dialoga diretamente com o referencial teórico ao evidenciar que o empreendedorismo feminino exige abordagens estruturais e intersetoriais para promover desenvolvimento econômico e justiça social.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho objetivou analisar o empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética, com foco nas microempreendedoras individuais (MEIs) atuantes em municípios de pequeno porte, a partir de uma revisão bibliográfica sistematizada. A análise realizada permitiu compreender que esse segmento desempenha papel estratégico na inclusão produtiva feminina, especialmente em contextos marcados por limitações do mercado formal de trabalho.

Os resultados evidenciaram que a inserção das mulheres no empreendedorismo da beleza é motivada por um conjunto de fatores que combinam necessidade econômica, busca por autonomia financeira, flexibilidade de horários e realização pessoal. Em municípios pequenos, onde as oportunidades de emprego são mais restritas, o setor de beleza se apresenta como uma alternativa viável para geração de renda e fortalecimento da autoestima, confirmando as discussões presentes no referencial teórico sobre empreendedorismo feminino e serviços de proximidade.

Entretanto, a literatura analisada também aponta a persistência de desafios estruturais que impactam diretamente a sustentabilidade desses empreendimentos. Dificuldades de acesso ao crédito, sobrecarga das responsabilidades domésticas, preconceitos de gênero e ausência de políticas públicas territorializadas constituem barreiras recorrentes, demonstrando que o sucesso ou fracasso dos negócios não pode ser atribuído exclusivamente às capacidades individuais das empreendedoras. Esses esclarecimentos reforçam a necessidade de compreender o empreendedorismo feminino como um fenômeno socialmente condicionado, atravessado por desigualdades históricas e institucionais.

No que se refere à formalização por meio do Microempreendedor Individual (MEI), os estudos analisados indicam que esse regime representa um avanço importante ao proporcionar segurança jurídica, acesso a benefícios previdenciários e possibilidade de ampliação das atividades econômicas. Contudo, os resultados demonstram que a formalização, quando implementada de forma isolada, não garante automaticamente a sustentabilidade dos negócios. A ausência de capacitação gerencial contínua, de orientação técnica e de redes de apoio pode limitar os impactos positivos do MEI, especialmente em municípios de pequeno porte.

Dessa forma, conclui-se que o fortalecimento do empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética exige a articulação entre formalização, políticas públicas sensíveis às especificidades de gênero e território, programas de capacitação e ampliação das redes institucionais de apoio. O estudo contribui ao evidenciar que iniciativas voltadas apenas à formalização são insuficientes para promover desenvolvimento econômico sustentável e redução das desigualdades, o que se torna necessário adotar abordagens integradas e estruturais.

Por fim, ressalta-se que, embora este trabalho tenha se baseado em revisão bibliográfica, seus resultados oferecem subsídios relevantes para a formulação de políticas públicas, ações institucionais e futuras pesquisas empíricas, especialmente aquelas voltadas para a realidade de municípios pequenos. Sugere-se, como continuidade deste estudo, a realização de pesquisas de campo que permitam aprofundar a compreensão das vivências, estratégias e desafios das microempreendedoras do setor de beleza, ampliando o diálogo entre teoria e prática.

À luz dos objetivos específicos propostos, observa-se que o estudo permitiu identificar os principais desafios enfrentados pelas microempreendedoras do setor de beleza e estética, destacando limitações de acesso ao crédito, sobrecarga de responsabilidades domésticas e ausência de políticas públicas territorializadas.

Contudo, foi possível compreender as motivações que levam mulheres a empreender nesse segmento, especialmente a busca por autonomia financeira, flexibilidade e realização pessoal. Além disso, a análise evidenciou que a formalização via MEI exerce impacto positivo na profissionalização dos negócios, desde que articulada a programas de capacitação, apoio institucional e fortalecimento das redes locais, confirmando a importância de estratégias integradas para a sustentabilidade do empreendedorismo feminino em municípios de pequeno porte.

À luz dos objetivos específicos propostos, os resultados demonstram que foi possível compreender as motivações que levam mulheres a empreender no setor de beleza e estética, identificar os principais desafios enfrentados na gestão desses negócios e avaliar os impactos positivos da formalização por meio do MEI. Dessa forma, o estudo evidencia a relevância do empreendedorismo feminino no setor de estética e beleza em municípios de pequeno porte, contribuindo para a discussão acadêmica e para a formulação de políticas públicas voltadas ao fortalecimento desses empreendimentos.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Jéssica Cristina de; SILVA, Maria Aparecida; SOUZA, Renata Ferreira de. **Empreendedorismo feminino no segmento de estética e beleza: um estudo à luz da Teoria de David McClelland**. *ID on line. Revista de Psicologia*, v. 15, n. 56, p. 395-409, 2021. Disponível em: <<https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1001>>. Acesso em: 16 jan. 2026.
- ARAÚJO, Natália dos Reis Sousa; LOPES, Célio Adriano. **O comportamento empreendedor feminino na área da beleza e estética**. *Anais do COMINE*, v. 3, 2023.
- ASSUNÇÃO, Katryanne Rodrigues; FRANÇA, Dayane Patrícia Cunha de; PORTO, Ítallo Guimarães. **Análise das barreiras e facilitadores da formalização de microempreendedores em Almenara/MG**. *Recital – Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara/MG*, v. 7, n. 2, p. 283–310, 2025. Disponível em: <https://recital.almenara.ifnmg.edu.br/recital/article/view/611>.>. Acesso em 15 out. 2025.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011. Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125086/mod\\_resource/content/1/Bardin\\_2011\\_Analise\\_de\\_Conteudo.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125086/mod_resource/content/1/Bardin_2011_Analise_de_Conteudo.pdf)>. Acesso em: 26 ago. 2025.
- BORGES, Larissa Lopes.; CABANA, Rosane Pires L. **Empreendedorismo feminino: motivações e dificuldades**. *Empreendedorismo, Inovação e Gestão de Negócios*, v. 2, n. 1, p. 43-59, 2023. Disponível em: <<https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/download/20597/14239>>. Acesso em: 26 ago. 2025.
- BRASIL. Governo do Brasil. **Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil**. Brasília, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-empresadem/panorama-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil/estudo-do-empreendedorismo-feminino.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2025.
- BRASIL. **Guia do Microempreendedor Individual (MEI)**. Portal Gov.br. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei>>. Acesso em: dez. 2025.
- BRASIL. **Perguntas e respostas MEI – Simples Nacional**. Receita Federal do Brasil. Disponível em: <<https://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/arquivos/manual/perguntaomei.pdf>>. Acesso em: out. 2025.
- CALIARI, Luciana; ARAÚJO, Fabiana; MADRID, Ricardo Silva; CERQUEIRA-ADÃO, Silvana Aparecida Rodrigues. **Proposição de uma estrutura de plano de negócio para uma empreendedora do ramo de beleza da fronteira Sant’Ana do Livramento/RS – Brasil e Rivera – Uruguai**. *REMIPE – Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco*, v. 6, n. 1, p. 165–186, jan. 2020. Disponível em: <<http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/267>>. Acesso em: 27 jul. 2022.
- CAMPOS, Ana Cláudia Vieira. **Empreendedorismo feminino no Brasil: desafios e perspectivas para a sustentabilidade econômica e social**. *Revista Livre de Sustentabilidade*

e *Empreendedorismo (RELISE)*, 2025. Disponível em:  
<<https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/1026>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

FERNANDEZ, Beatriz. **Mulheres empreendedoras na Grande Florianópolis: análise e dados recentes**. *Espaço & Economia*, 2025. Disponível em:  
<<https://journals.openedition.org/espacoeconomia/pdf/29022>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

FRANÇA, Maria de Oliveira. **Empreendedorismo feminino em pauta**. 2014. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Artigo%20-%20Empreendedorismo%20Feminino.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Women's entrepreneurship report 2018/2019**. London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA), 2019. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/report/gem-20182019-womens-entrepreneurship-report>>. Acesso em: 27 ago. 2025.

KRATZKE, Caroline. **Empreendedorismo feminino e conciliação entre trabalho e família**. Florianópolis: Insular, 2021.

LIMA, Daniela Ribeiro da Silva; CORRÊA, Vanessa Santos; MELO, Pedro Lucas Resende; NASSIF, Vânia Maria Jorge; ARRUDA, Maria Conceição da Silva. **Desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no Brasil: um estudo sobre barreiras e estratégias**. *Revista Brasileira de Administração*, v. 23, n. 2, p. 45–60, 2024. Disponível em:  
<<https://repositorio.unip.br/wp-content/uploads/tainacan-items/79249/169163/bar2.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

MAGALHÃES, Juliana Silva. **Empreendedorismo feminino e effectuation: um estudo no setor de beleza e estética em Corumbá (MS)**. *Revista Científica Semana Acadêmica*, Fortaleza, v. 11, ed. 231, 2023. Disponível em:  
<[https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/73\\_empreendedorismo\\_feminino-um\\_estudo\\_no\\_setor\\_de\\_beleza\\_em\\_corumba-ms.pdf](https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/73_empreendedorismo_feminino-um_estudo_no_setor_de_beleza_em_corumba-ms.pdf)>. Acesso em: 26 ago. 2025.

MAIA, Williane Araujo. **Empreendedorismo feminino: um estudo de caso no setor de beleza e estética em Barra dos Coqueiros/SE**. 2020. Disponível em:  
<<https://ri.ufs.br/handle/riufs/15421>>. Acesso em: 27 jul. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MELO, Kátia Beatriz de; VEIGA, Heila Magali da Silva; REIS, Hélio Cândido; MARTINS, Lúcia Maria. **Empreendedorismo feminino e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): um estudo teórico e reflexivo**. *RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade*, v. 11, 2025. DOI: 10.23899/a8n6jt19.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2001. Disponível em:  
<<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-752830>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 1. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

MIRI, Daniela Hoffmann; SGARBOSSA, Maristela. **“Tem muito corpo atrás de um rosto maquiado e cabelo escovado”**: percepções de empreendedores de beleza sobre sua trajetória nas ações de trabalho. *Gesto – Revista de Gestão e Tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 55–73, 2023. Disponível em: <<https://san.uri.br/revistas/index.php/gesto/article/download/1182/808/6483>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

MOREIRA, Franciele de Oliveira; OLIVEIRA, Daniela Aparecida; SILVA, Patrícia Regina da. **O empreendedorismo feminino no setor de beleza na cidade de Nova Andradina/MS**. *Revista Gestão em Conhecimento*, v. 5, n. 1, p. 77–92, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.ufra.edu.br/index.php/Gestao-em-Conhecimento/article/view/233>>. Acesso em: 16 jan. 2026.

MÜLLER, Cristiane; et al. **Histórias de empreendedorismo feminino no setor de beleza e estética: um estudo nas cidades de Santa Helena-PR e Marechal Cândido Rondon-PR**. Congresso CCSA, 2023. Disponível em: <<https://www.even3.com.br/anais/ccsa2023/652608-historias-de-empreendedorismo-feminino-no-setor-de-beleza-e-estetica-um-estudo-nas-cidades-de-santa-helena-pr-e/>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

NAZÁRIO, Larissa da Silva; LOBO, Eduardo Andrade. **Motivações ao empreendedorismo feminino na área da beleza e estética**. *Destarte*, Fortaleza, v. 13, n. 1, p. 110–137, jul. 2024. Disponível em: <<https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/destarte/article/download/3197/2562/4718>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

OLIVEIRA, Clarice Aparecida; SILVA, Natália Danieli Gomes. **Empreendedorismo feminino no setor de beleza: estudo de caso em Cachoeira Paulista-SP**. *Revista Conexão Empreendedora*, v. 7, n. 2, p. 88–102, 2022. Disponível em: <<https://img.cancaonova.com/cnimages/fcn-new/uploads/2022/12/CLARICE-APARECIDA-e-NAT%20C3%81LIA-DANIELI.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<https://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/Ebook%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

ROCHA, Luciana Mendes; PEREIRA, Ana Paula; FERREIRA, Simone Cristina. **O perfil e os desafios das mulheres empreendedoras na prestação de serviços estéticos**. *Revista Científica UNIFAGOC – Multidisciplinar*, v. 7, n. 1, p. 45–60, 2022. Disponível em: <<https://revista.unifagoc.edu.br/multidisciplinar/article/view/928>>. Acesso em: 16 jan. 2026.

ROTHER, Eliana Tiemi. **Revisão sistemática x revisão narrativa**. *Acta Paulista de Enfermagem*, v. 20, n. 2, p. v–vi, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A difícil democracia: reinventar as esquerdas**. São Paulo: Boitempo, 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Empreendedorismo feminino e impacto econômico no Brasil.** Brasília: Sebrae, 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **MEI e formalização no setor de beleza: tendências e oportunidades.** Brasília: Sebrae, 2023. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/f9549f48a2ec4c7b832579c3004ed6f1/\\$File/mei\\_beleza\\_2023.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f9549f48a2ec4c7b832579c3004ed6f1/$File/mei_beleza_2023.pdf)>. Acesso em: 26 ago. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Mulher MEI: somos fortes, somos empreendedoras.** Brasília: Sebrae, 2024. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mulher-mei-somos-fortes-somos-empreendedoras>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual no Brasil.** Brasília: Sebrae, 2024. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/f9549f48a2ec4c7b832579c3004ed6f1/\\$File/perfil\\_mei\\_2024.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f9549f48a2ec4c7b832579c3004ed6f1/$File/perfil_mei_2024.pdf)>. Acesso em: 26 ago. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Setor da beleza é o preferido das mulheres empreendedoras.** Brasília: Sebrae, 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Tendências e oportunidades no setor da beleza.** Brasília: Sebrae, 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Empreendedores formalizados como MEI podem usufruir dos benefícios garantidos por lei.** Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/empreendedores-formalizados-como-mei-podem-usufruir-dos-beneficios-garantidos-por-lei/>>. Acesso em: 26 ago. 2025

SILVA, Simone Martins da. **Empreendedorismo feminino e seus desafios no mercado brasileiro.** *Revista FOCO*, v. 16, n. 3, p. 155–170, 2023. Disponível em: <<https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/3389>>. Acesso em: 26 ago. 2025.

SOUZA, Adalberto Dias de; ANDRADE, Maria Eduarda Yoshitani de; JESUS, Marcos Júnior Ferreira de. **Empreendedorismo, inovação e gerenciamento empresarial: um estudo sobre utilização de técnicas e ferramentas de gestão em micro e pequenas empresas do município de Campo Mourão.** *Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação*, Campo Mourão, v. 6, n. 1, p. 1–22, 2024. Disponível em: <<https://periodicos.unespar.edu.br/raei/article/view/9139>>. Acesso em: 20 nov. 2025

SOUZA, Carla de Jesus; JESUS, Queila Silva Lopes; BATISTA, Vanessa Cristina; ZUQUI, Valéria. **Empreendedorismo feminino no Brasil: principais desafios enfrentados e perspectivas de crescimento.** *Revista FOCO*, v. 16, n. 1, 2025.

STROBINO, Maria Regina Cestari; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de casos múltiplos no setor de comércio de confecções.** *Revista de Administração Contemporânea*, v. 18, n. 6, p. 824–849, 2014.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Luciana Maria Araújo. **Barreiras ao empreendedorismo feminino: um estudo com empreendedoras em Sergipe.** *Revista Eletrônica de Administração*, v. 22, n. 1, p. 206–236, 2016.

VALE, Aline Francilurdes Nery; SOUSA, Juliana Carvalho; OLIVEIRA, Agostinha Mafalda Barra de; REGIS, Suzana Virgínia da Costa; LIMA, Joyce Silva Soares de. **Impacto da covid-19 mediado pela resiliência humana em microempreendedores do ramo da beleza.** *RGO - Revista Gestão Organizacional*, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 212-230, jan./abr. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.22277/rgo.v14i1.5488>.

VIEIRA, Ana Silvia. **O crescimento do microempreendedorismo no setor de estética: desafios e oportunidades.** 2018. Monografia (Bacharelado em Administração) – Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), Brasília, 2018.