

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CAMPUS PEDREIRAS
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

EMILLY LUISLLA FREITAS SOUSA

EMPREENDEDORISMO FEMININO NA ÁREA ESTÉTICA: impactos da rivalidade feminina no desempenho de microempreendedoras em Pedreiras.

EMILLY LUISLLA FREITAS SOUSA

EMPREENDEDORISMO FEMININO NA ÁREA ESTÉTICA: impactos da rivalidade feminina no desempenho de microempreendedoras em Pedreiras.

Artigo apresentado ao Curso de tecnologia em Gestão comercial, da Universidade Estadual do Maranhão, com o requisito para a obtenção do grau de tecnólogo.

Orientador (a): Maria Eliene Ferreira da Silva

Sousa, Emilly Luislla Freitas

Empreendedorismo feminino na área estética: impactos da rivalidade feminino no desempenho de microempreendedoras em Pedreiras. / Emilly Luislla Freitas Sousa. – São Luis, MA, 2026.

26f

Artigo (Graduação em Tecnologia em Gestão Comercial) - Universidade Estadual do Maranhão, 2026.

Orientador: Profa. Esp. Maria Eliene Ferreira da Silva

1.Empreendedorismo feminino. 2.Rivalidade feminina. 3.Área estética.I.Título.

CDU: 005.342-055.2(812.1Pedreiras)

EMILLY LUISLLA FREITAS SOUSA

EMPREENDEDORISMO FEMININO NA ARÉA ESTÉTICA: impactos da rivalidade feminina no desempenho de microempreendedoras em Pedreiras.

Artigo apresentado ao Curso de tecnologia em Gestão Comercial, da Universidade Estadual do Maranhão, com o requisito para a obtenção do grau de tecnólogo.

Aprovado em: 07/07/2026

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **MARIA ELIENE FERREIRA DA SILVA**
Data: 16/07/2026 17:23:16-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Esp. Maria Eliene Ferreira da Silva
Orientador(a)

Documento assinado digitalmente
 **ALINE SILVA DO NASCIMENTO**
Data: 17/07/2026 16:12:15-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Esp. Aline Silva do Nascimento
1º Examinador

Documento assinado digitalmente
 **WILNA FERNANDA DE BRITO ARAUJO**
Data: 18/07/2026 13:04:39-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Esp. Wilna Fernanda de Brito Araujo
2º Examinador

EMPREENDEDORISMO FEMININO NA ÁREA ESTÉTICA: impactos da rivalidade feminina no desempenho de microempreendedoras em Pedreiras

Emilly Luislla Freitas Sousa¹

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar os impactos da rivalidade feminina nas relações profissionais e no desempenho de microempreendedoras da área estética no município de Pedreiras–MA. A pesquisa buscou compreender como comportamentos competitivos e relações interpessoais influenciam o empreendedorismo feminino em um setor com forte presença de mulheres. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória, fundamentada em pesquisa bibliográfica e de campo. A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas aplicadas digitalmente via Google Forms a 33 microempreendedoras do setor estético. Os dados foram analisados com base na técnica de Análise de Conteúdo. Os resultados evidenciaram a presença da rivalidade feminina no cotidiano profissional, manifestada por comportamentos competitivos negativos, dificuldades de cooperação e receio de parcerias, impactando negativamente o desempenho dos negócios. Em contrapartida, destacaram-se o apoio mútuo, a comunicação aberta e as redes de colaboração como estratégias para reduzir conflitos e fortalecer o empreendedorismo feminino.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; rivalidade feminina; área estética.

ABSTRACT

The present study aimed to analyze the impacts of female rivalry on professional relationships and the performance of microentrepreneurs in the beauty and aesthetics sector in the municipality of Pedreiras, Maranhão, Brazil. The research sought to understand how competitive behaviors and interpersonal relationships influence female entrepreneurship in a sector predominantly composed of women. This is a qualitative, descriptive, and exploratory study, based on both bibliographic and field research. Data were collected through semi-structured interviews administered digitally via Google Forms to 33 microentrepreneurs working in the aesthetics sector. The data were analyzed using the Content Analysis technique. The results revealed the presence of female rivalry in the professional daily routine, manifested through

¹ Acadêmica do curso de Tecnologia em Gestão Comercial, Nucleo de Tecnologia para Educação, Universidade Estadual do Maranhão. E-mail: emillyluisllafreitassousa@gmail.com

negative competitive behaviors, difficulties in cooperation, and reluctance to establish partnerships, which negatively affected business performance. On the other hand, mutual support, open communication, and collaborative networks emerged as important strategies for reducing conflicts and strengthening female entrepreneurship.

Keywords: female entrepreneurship; female rivalry; aesthetics sector.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem se destacado de forma significativa no cenário econômico brasileiro, especialmente em setores ligados à prestação de serviços, como a área da estética. Nos últimos anos, observa-se um crescimento expressivo do número de mulheres que buscam no próprio negócio uma oportunidade de alcançar autonomia financeira, independência econômica e reconhecimento profissional. Atividades como manicure, design de sobrancelhas, maquiagem, estética facial e corporal, além de serviços de cabeleireiro, tornaram-se importantes fontes de renda e inserção social para milhares de mulheres brasileiras. Segundo Nery (2024), o empreendedorismo feminino representa não apenas uma alternativa de subsistência, mas também uma estratégia de valorização profissional diante das desigualdades historicamente enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho.

Apesar desse crescimento, as mulheres empreendedoras ainda enfrentam diversos desafios relacionados à desigualdade de gênero, à sobrecarga de funções e à dificuldade de reconhecimento profissional. Ferreira (2025) destaca que muitas mulheres precisam conciliar as responsabilidades do negócio com atividades domésticas e familiares, vivenciando a chamada dupla ou tripla jornada. Essa realidade evidencia que o avanço feminino no empreendedorismo não elimina barreiras estruturais e culturais ainda presentes na sociedade.

Além dos desafios econômicos e sociais, o ambiente empreendedor feminino também pode ser marcado por relações de competitividade e rivalidade. Morais e Medeiros (2024) afirmam que a competitividade feminina, quando associada à escassez de oportunidades e à comparação constante entre mulheres, pode favorecer comportamentos como desvalorização profissional, fofocas, concorrência desleal e ausência de apoio mútuo. Nesse contexto, a rivalidade feminina não deve ser compreendida apenas como característica individual, mas como resultado de

construções sociais e culturais historicamente influenciadas pelo patriarcado.

No setor da estética, caracterizado pela intensa presença feminina e pela forte competitividade, essas relações tornam-se ainda mais evidentes. A busca por clientela, visibilidade profissional e reconhecimento nas redes sociais pode intensificar conflitos interpessoais e inseguranças entre profissionais do mesmo segmento. Silva (2023) argumenta que fatores emocionais e sociais influenciam diretamente a tomada de decisão das empreendedoras, podendo impactar tanto o desempenho profissional quanto o crescimento dos negócios.

Entretanto, parte da literatura também aponta que relações de apoio e cooperação entre mulheres podem contribuir para o fortalecimento do empreendedorismo feminino. Amaral (2019) destaca que o empoderamento feminino está relacionado ao fortalecimento da autoestima, da autonomia e da capacidade de enfrentamento das desigualdades sociais. Da mesma forma, Cardoso (2025) e Sousa (2025) defendem que práticas de liderança colaborativa, empatia e fortalecimento das redes de apoio femininas podem favorecer ambientes profissionais mais saudáveis e produtivos.

Diante dessa realidade, surge o seguinte problema de pesquisa: de que maneira a rivalidade feminina influencia as relações profissionais e o desempenho de microempreendedoras da área estética em Pedreiras–MA? A relevância deste estudo está na necessidade de compreender fatores subjetivos e relacionais que interferem no fortalecimento do empreendedorismo feminino, considerando que grande parte das pesquisas sobre o tema prioriza aspectos financeiros e administrativos, deixando em segundo plano as relações interpessoais entre mulheres empreendedoras.

Nesse sentido, o objetivo geral desta pesquisa é analisar os impactos da rivalidade feminina nas relações profissionais e no desempenho de microempreendedoras da área estética em Pedreiras–MA. Como objetivos específicos, busca-se identificar as principais manifestações de rivalidade feminina presentes no setor estético; compreender como essas relações afetam o ambiente profissional e emocional das empreendedoras; verificar os impactos dessa rivalidade no crescimento dos negócios; e refletir sobre práticas de cooperação e fortalecimento das redes de apoio entre mulheres.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza descritiva e exploratória, por buscar compreender como a rivalidade feminina influencia as relações profissionais e o desempenho de microempreendedoras da área estética no município de Pedreiras–MA. A abordagem qualitativa foi escolhida por possibilitar uma análise aprofundada das experiências, percepções e relações interpessoais vivenciadas pelas participantes, considerando os aspectos subjetivos envolvidos no fenômeno investigado.

Além da pesquisa de campo, o estudo também será fundamentado em pesquisa bibliográfica, realizada a partir de artigos científicos, dissertações, livros e trabalhos acadêmicos relacionados ao empreendedorismo feminino, relações de gênero, liderança, competitividade e rivalidade feminina. Segundo Gil (2008), a pesquisa bibliográfica permite ao pesquisador ampliar o conhecimento sobre o tema investigado e construir embasamento teórico para análise crítica da realidade estudada.

De acordo com Rodrigues e Neubert (2023), a pesquisa bibliográfica exige organização, seleção criteriosa das fontes e análise crítica das informações encontradas. Os autores ressaltam que a qualidade das referências utilizadas influencia diretamente a credibilidade e a confiabilidade do trabalho científico. Essa análise demonstra a importância da utilização de materiais atualizados, relevantes e cientificamente reconhecidos.

O estudo será realizado com microempreendedoras atuantes no setor estético, incluindo profissionais como manicures, cabeleireiras, designers de sobrancelhas, maquiadoras e esteticistas. A seleção das participantes ocorrerá por amostragem não probabilística por conveniência, considerando a acessibilidade e disponibilidade das colaboradoras. Serão incluídas mulheres maiores de 18 anos, com atuação mínima de seis meses no segmento.

A coleta de dados será realizada por meio de entrevistas semiestruturadas aplicadas digitalmente via Google Forms. O instrumento conterá perguntas relacionadas às experiências profissionais, competitividade no setor, percepção sobre rivalidade feminina e impactos emocionais e profissionais dessas relações no cotidiano empreendedor.

Os dados obtidos serão analisados por meio da Análise de Conteúdo

proposta por Bardin (2016), técnica que possibilita identificar categorias temáticas, padrões recorrentes e sentidos presentes nos discursos das participantes. De acordo com Bardin (2016), a análise de conteúdo permite interpretar criticamente as informações coletadas, relacionando os dados empíricos aos aspectos sociais e culturais envolvidos na pesquisa.

Por se tratar de uma pesquisa envolvendo relações interpessoais e experiências subjetivas, reconhece-se que as percepções das participantes podem ser influenciadas por fatores individuais e contextuais. Ainda assim, a metodologia adotada possibilita compreender criticamente como práticas de competitividade e rivalidade podem impactar o fortalecimento ou fragilização do empreendedorismo feminino no setor estético local.

Para alcançar esses objetivos, será utilizada uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, com coleta de dados realizada por meio de entrevistas semiestruturadas aplicadas via Google Forms. Além da pesquisa de campo, o estudo será fundamentado em pesquisa bibliográfica, utilizando produções acadêmicas relacionadas ao empreendedorismo feminino, relações de gênero, liderança e competitividade. Espera-se que esta pesquisa contribua para ampliar as discussões sobre as relações interpessoais no empreendedorismo feminino, promovendo reflexões sobre práticas mais colaborativas e saudáveis no setor estético.

3 EMPREENDEDORISMO FEMININO E RECONHECIMENTO PROFISSIONAL

O empreendedorismo feminino tem assumido papel cada vez mais relevante no cenário econômico e social brasileiro, consolidando-se como importante instrumento de geração de renda, autonomia financeira e transformação social. Nas últimas décadas, observa-se o crescimento expressivo do número de mulheres que ingressam no mercado por meio da criação de pequenos negócios, especialmente em setores como comércio, serviços, alimentação, educação e estética. Esse movimento está relacionado tanto à busca por independência econômica quanto à necessidade de inserção produtiva diante das limitações do mercado formal de trabalho.

Segundo Nery (2024), o empreendedorismo feminino representa não apenas uma alternativa de subsistência, mas também uma estratégia de reconhecimento profissional diante das desigualdades históricas enfrentadas pelas

mulheres no mercado de trabalho. Muitas empreendedoras encontram no negócio próprio uma oportunidade de valorização de suas competências, rompendo barreiras impostas por estruturas patriarcais ainda presentes na sociedade.

Entretanto, apesar dos avanços conquistados, as mulheres empreendedoras ainda convivem com diversos obstáculos, como dificuldade de acesso ao crédito, dupla jornada, preconceito de gênero, invisibilidade profissional e menor reconhecimento social. Nery (2024, p. 22) afirma que “as mulheres empreendedoras ainda enfrentam dificuldades de reconhecimento profissional devido às desigualdades de gênero historicamente presentes no mercado de trabalho”. Essas dificuldades estão associadas a fatores culturais e sociais que historicamente atribuíram às mulheres posições secundárias no ambiente profissional.

No setor estético, o reconhecimento profissional torna-se ainda mais desafiador devido à forte competitividade e à necessidade constante de demonstrar competência e credibilidade. Além disso, muitas empreendedoras precisam conciliar responsabilidades pessoais e profissionais, enfrentando sobrecarga emocional e dificuldades para consolidar seus negócios. Dessa forma, o empreendedorismo feminino representa não apenas alternativa econômica, mas também mecanismo de resistência, autonomia e transformação social.

3.1 Competitividade feminina, rivalidade e relações interpessoais

A competitividade é característica presente no ambiente de negócios; contudo, quando associada a comportamentos hostis, pode gerar rivalidade prejudicial às relações profissionais. Moraes e Medeiros et al. (2024, p. 08) afirmam que “a competitividade feminina no empreendedorismo está relacionada não apenas às disputas mercadológicas, mas também às influências sociais e culturais que historicamente estimularam a comparação entre mulheres”. Essa reflexão demonstra que os conflitos entre mulheres empreendedoras não surgem apenas da concorrência profissional, mas também de construções sociais que favorecem disputas e comparações constantes no universo feminino.

Historicamente, o patriarcado limitou os espaços femininos de ascensão, fazendo com que mulheres fossem induzidas a competir entre si por reconhecimento, atenção ou posições de destaque. No ambiente empreendedor, a rivalidade pode manifestar-se por meio de desvalorização profissional, fofocas, sabotagem,

concorrência desleal, imitação depreciativa e ausência de apoio mútuo, enfraquecendo redes de colaboração e reduzindo possibilidades coletivas de crescimento.

No setor estético, em que há forte presença feminina e disputa por clientela, essas práticas tendem a se intensificar. A comparação entre aparência, preço, técnica e popularidade nas redes sociais pode alimentar tensões e inseguranças entre profissionais. Além disso, existe o estereótipo de que mulheres seriam naturalmente mais conflituosas entre si, percepção que invisibiliza fatores estruturais que produzem tensão nos ambientes organizacionais.

Alguns dos principais resultados encontrados foram: o enfrentamento ao machismo, a dupla ou tripla jornada, a competição feminina, a dificuldade em conquistar a confiança dos stakeholders, a subvalorização do próprio trabalho, a conciliação entre maternidade e carreira, o preconceito, o questionamento de habilidades, a falta de treinamentos para a primeira liderança, o assédio moral e sexual, além de questões ligadas à aparência (lookism) (CARDOSO, 2025, p. 64).

O trecho destaca que a liderança feminina na contemporaneidade ainda está profundamente marcada por desigualdades estruturais de gênero. Ao apresentar múltiplos desafios enfrentados pelas mulheres em posições de liderança, Cardoso (2025) demonstra que a ascensão profissional feminina não depende apenas de competência técnica, mas também da superação de barreiras culturais e institucionais historicamente naturalizadas no ambiente corporativo. Aspectos como o machismo, a desconfiança sobre a capacidade de liderança das mulheres e a sobrecarga decorrente da dupla ou tripla jornada revelam que as organizações ainda reproduzem relações desiguais de poder.

3.2 Desafios, superação e empoderamento feminino

Um dos principais desafios vivenciados por mulheres empreendedoras refere-se à conciliação entre vida pessoal e profissional. Ferreira (2025) aponta que, mesmo com inserção crescente no mercado, as mulheres continuam assumindo grande parte das responsabilidades domésticas e familiares, acumulando funções que impactam diretamente sua rotina produtiva. Esse fenômeno, conhecido como dupla ou tripla jornada, envolve administrar o negócio, cuidar da casa, acompanhar filhos e atender demandas emocionais familiares.

No segmento estético, onde o atendimento exige horários flexíveis,

agendamentos noturnos e finais de semana, a conciliação torna-se ainda mais complexa. Muitas profissionais sacrificam descanso, lazer e convivência familiar para manter seus negócios. Assim, a sobrecarga feminina não deve ser compreendida apenas como questão individual, mas como reflexo de desigualdades estruturais de gênero.

A análise também evidenciou que o empreendedorismo feminino tem um impacto significativo no empoderamento das mulheres, permitindo o desenvolvimento de capacidades e independência econômica. A interseccionalidade, conforme proposta por Kimberlé Crenshaw, foi destacada como essencial para compreender os desafios únicos enfrentados por mulheres de diferentes contextos. Além disso, o apoio institucional e as políticas públicas foram identificados como cruciais para fomentar o empreendedorismo feminino (SOUZA, 2024, p. 28).

O trecho ressalta que o empreendedorismo feminino ultrapassa a dimensão econômica, configurando-se também como instrumento de emancipação social e fortalecimento da autonomia das mulheres. Ao incorporar a perspectiva da interseccionalidade, Souza (2024) demonstra que as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras não são homogêneas, variando conforme fatores como classe social, raça e contexto cultural. Esse aspecto amplia a discussão ao reconhecer que mulheres negras, periféricas e de baixa renda enfrentam barreiras ainda mais complexas no acesso a crédito, formação e oportunidades de mercado.

Nesse sentido, Amaral (2019) destaca que o empoderamento feminino constitui ferramenta essencial para enfrentamento de barreiras históricas, fortalecendo autonomia, autoestima e protagonismo econômico. No setor estético, muitas mulheres encontram no empreendedorismo espaço de reconstrução pessoal após desemprego, dependência financeira ou baixa autoestima. Dessa forma, o empoderamento feminino não se restringe ao sucesso econômico, mas inclui dignidade, voz social e autonomia de escolhas.

3.3 Aprendizagem, liderança e novas perspectivas do empreendedorismo feminino

Maciel, Traverso et al. (2025) analisam os meios de aprendizagem empreendedora entre mulheres da economia informal e demonstram que grande parte das competências empresariais é adquirida por experiências práticas e redes de convivência. Muitas mulheres aprendem a empreender fazendo, testando e

adaptando estratégias no cotidiano. Esse aspecto é relevante para microempreendedoras da estética, que frequentemente aperfeiçoam gestão, atendimento e divulgação ao longo da prática profissional.

Muitas mulheres que atuam na economia informal desenvolvem competências empreendedoras a partir das experiências práticas vivenciadas no cotidiano, aprendendo por meio da observação, das relações interpessoais, das necessidades do mercado e da adaptação constante às dificuldades enfrentadas em seus negócios. Esse processo de aprendizagem ocorre de maneira dinâmica e contribui significativamente para a construção de habilidades relacionadas à gestão, comunicação, negociação e atendimento ao cliente (MACIEL; TRAVERSO et al., 2025, p. 14).

A citação evidencia que a aprendizagem empreendedora feminina ocorre, muitas vezes, de forma prática e informal, especialmente entre mulheres que atuam em pequenos negócios. No setor estético, essa realidade é bastante presente, pois muitas microempreendedoras adquirem conhecimentos e competências ao longo da experiência profissional, desenvolvendo estratégias de atendimento, gestão e relacionamento com clientes a partir das vivências cotidianas.

Silva (2023) destaca que o processo de tomada de decisão no empreendedorismo feminino não depende apenas da racionalidade econômica, mas também de fatores emocionais, experiências passadas e contexto social. Ambientes marcados por rivalidade e pressão social podem interferir negativamente nas decisões empresariais, gerando insegurança e resistência à inovação.

O empreendedorismo feminino também se expande para diferentes áreas profissionais, revelando diversidade de trajetórias e estratégias. Peixoto (2025) demonstra que muitas mulheres transformam conhecimentos técnicos em oportunidades de negócio, buscando não apenas lucro, mas também impacto social e realização profissional. Lima, Lima e Tanure (2009) ressaltam que muitas mulheres empreendem após experiências frustrantes no mercado corporativo, marcado por preconceitos, desigualdade salarial e dificuldades de ascensão profissional.

Além disso, Santos (2025) destaca que mulheres negras enfrentam desafios específicos relacionados ao racismo estrutural e à necessidade constante de legitimação profissional. Costa (2024) demonstra que mulheres ainda encontram dificuldades em setores tradicionalmente masculinizados, enquanto Sousa (2025) evidencia o crescimento das pesquisas sobre liderança feminina, destacando competências como empatia, comunicação colaborativa e resiliência. No setor da

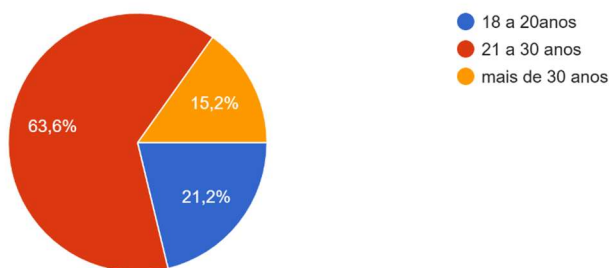
estética, fortalecer lideranças femininas pode contribuir para reduzir rivalidades e estimular práticas mais cooperativas e humanizadas entre profissionais.

Diante desse contexto, observa-se que o empreendedorismo feminino na área da estética envolve não apenas aspectos relacionados à gestão e ao crescimento dos negócios, mas também fatores ligados às relações interpessoais entre as profissionais. A literatura demonstra que a competitividade pode estimular o desenvolvimento profissional quando ocorre de forma ética, porém, quando associada à rivalidade e à falta de cooperação.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

GRÁFICO 1: QUAL A SUA FAIXA ETÁRIA DE IDADE?

33 respostas

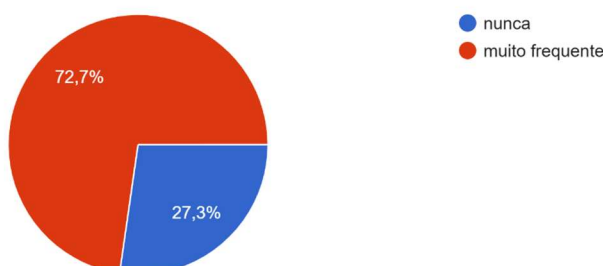


Fonte: Dados do autor (2026)

O gráfico apresenta a faixa etária das 33 microempreendedoras participantes da pesquisa. Os resultados demonstram que 63,6% das entrevistadas possuem entre 21 e 30 anos, enquanto 21,2% estão na faixa entre 18 e 20 anos e apenas 15,2% possuem mais de 30 anos.

GRÁFICO 2: COM QUAL FREQUÊNCIA DOS COMPORTAMENTOS COMPETITIVOS NEGATIVOS ENTRE MULHERES NO SETOR?

33 respostas

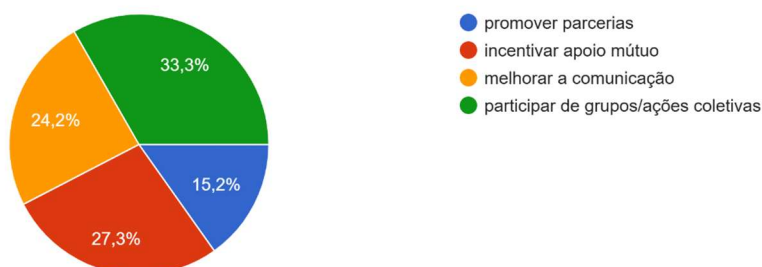


Fonte: Dados do autor (2026)

O gráfico apresenta os resultados de 33 respostas sobre a frequência com que são percebidos comportamentos competitivos negativos entre mulheres no setor estético. Os dados demonstram que 72,7% das participantes afirmaram perceber essas atitudes de forma muito frequente, enquanto apenas 27,3% relataram nunca perceber tais comportamentos.

GRÁFICO 3: O QUE VOCÊ FARIA SE, HOUVESSE UMA OPORTUNIDADE PARA TENTAR SPLOUCIONAR A RIVALIDADE FEMININA?

33 respostas

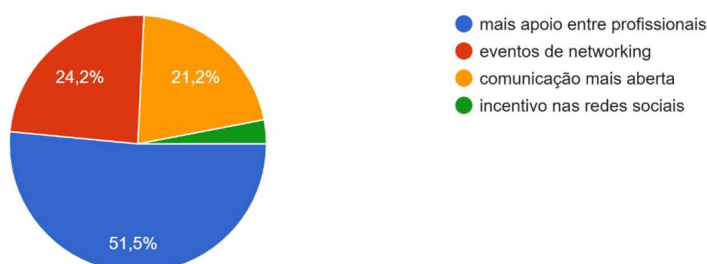


Fonte: Dados do autor (2026)

Os resultados demonstram que 33,3% das entrevistadas afirmaram que participariam de grupos e ações coletivas, enquanto 27,3% escolheriam incentivar o apoio mútuo entre mulheres. Além disso, 24,2% destacaram a importância de melhorar a comunicação e 15,2% apontaram a promoção de parcerias profissionais como estratégia principal.

GRÁFICO 4: NA SUA OPINIÃO, O QUE PODERIA SER FEITO PARA PROMOVER MAIS COLABORAÇÃO E APOIO ENTRE MULHERES EMPREENDEDORAS NA ÁREA ESTÉTICA EM PEDREIRAS?

33 respostas

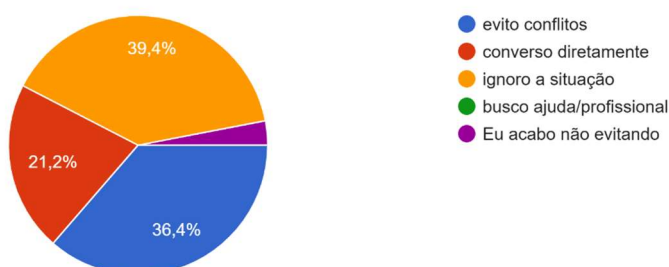


Fonte: Dados do autor (2026)

Os resultados indicam que 51,5% das participantes acreditam que o fortalecimento do apoio entre profissionais seria a principal estratégia para incentivar a colaboração no setor estético. Além disso, 24,2% destacaram a realização de eventos de networking, enquanto 21,2% apontaram a importância de uma comunicação mais aberta e apenas 3,1% mencionaram o incentivo nas redes sociais.

GRÁFICO 5: QUAIS SÃO AS ESTRATÉGIAS QUE VOCÊ UTILIZA PARA LIDAR COM SITUAÇÕES DE RIVALIDADE EM AMBIENTE PROFISSIONAL?

33 respostas

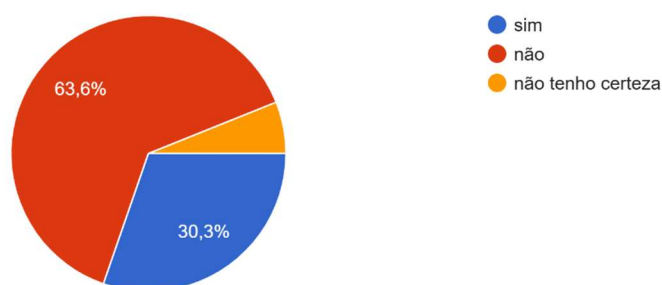


Fonte: Dados do autor (2026)

O gráfico revela que 39,4% das entrevistadas afirmaram ignorar os problemas relacionados à rivalidade no ambiente profissional, enquanto 36,4% preferem evitar conflitos. Além disso, 21,2% procuram conversar diretamente para resolver a situação e apenas 3% disseram buscar ajuda profissional.

GRÁFICO 6: A RIVALIDADE FEMININA JÁ IMPACTOU DIRETAMENTE O DESEMPENHO DO SEU NEGÓCIO?

33 respostas

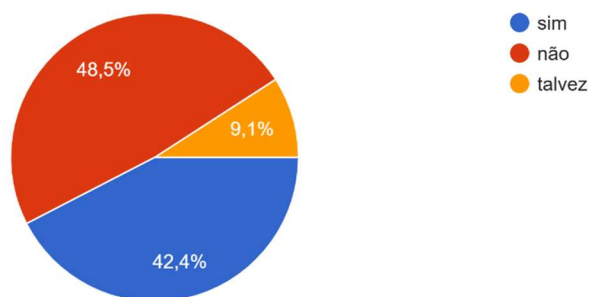


Fonte: Dados do autor (2026)

Os dados mostram que 63,6% das participantes afirmaram que a rivalidade feminina já impactou negativamente seus negócios, enquanto 30,3% disseram que não sofreram impactos e 6,1% responderam não ter certeza.

GRÁFICO 7: VOCÊ JÁ DEIXOU DE FAZER PARCERIAS OU COLABORAÇÕES POR RECEIO DE CONFLITOS COM OUTRAS PROFISSIONAIS?

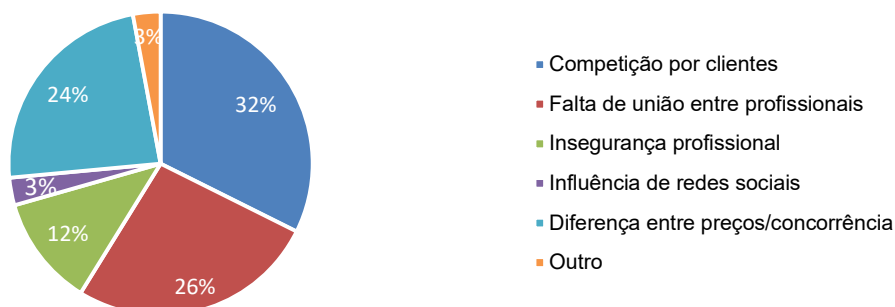
33 respostas



Fonte: Dados do autor (2026)

O gráfico demonstra que 48,5% das entrevistadas afirmaram nunca ter evitado colaborações profissionais por receio de conflitos, enquanto 42,4% relataram já ter deixado de realizar parcerias devido ao medo de problemas interpessoais. Além disso, 9,1% responderam “talvez”, indicando incerteza sobre a influência desses conflitos em suas decisões profissionais.

GRÁFICO 8: NA SUA OPINIÃO, QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS CAUSAS DA RIVALIDADE FEMININA?



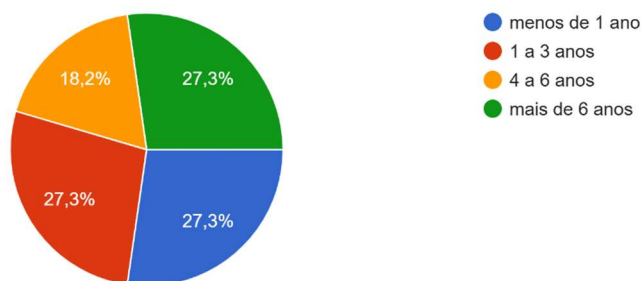
Fonte: Dados do autor (2026)

Os resultados apontam que 32,5% das participantes consideram a

competição por clientes como a principal causa da rivalidade feminina no setor estético. Além disso, 27,9% citaram a falta de união entre profissionais, 23,2% mencionaram as diferenças de preços e concorrência, 11,6% destacaram a insegurança profissional e 2,3% apontaram tanto a influência das redes sociais quanto a presença de muitas mulheres no mesmo segmento como fatores que contribuem para os conflitos.

GRÁFICO 9: HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ TRABALHA COMO MICROEMPREENDEDORAS NA ÁREA ESTÉTICA?

33 respostas

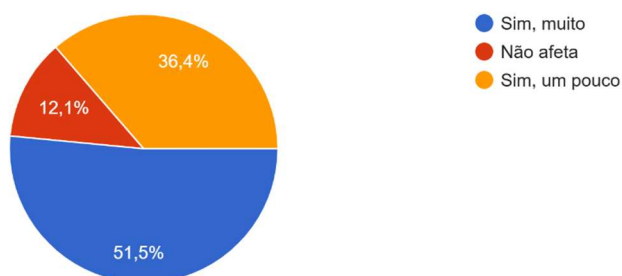


Fonte: Dados do autor (2026)

O gráfico mostra que 27,3% das participantes atuam entre 1 e 3 anos no setor estético, enquanto outros 27,3% possuem mais de 6 anos de experiência na área. Além disso, 27,3% afirmaram trabalhar há menos de 1 ano no segmento e 18,2% relataram possuir entre 4 e 6 anos de atuação profissional.

GRÁFICO 10: A RIVALIDADE FEMININA AFETA O RELACIONAMENTO ENTRE COLEGAS?

33 respostas



Fonte: Dados do autor (2026)

Os resultados revelam que 51,5% das entrevistadas acreditam que a rivalidade feminina afeta muito o relacionamento entre colegas no ambiente profissional, enquanto 36,4% afirmaram que essa influência ocorre de forma moderada. Apenas 12,1% das participantes disseram que a rivalidade não interfere nas relações entre as profissionais do setor estético.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar os impactos da rivalidade feminina nas relações profissionais e no desempenho de microempreendedoras da área estética em Pedreiras-MA. A partir dos resultados obtidos, foi possível compreender que a rivalidade feminina está presente no cotidiano profissional de muitas empreendedoras, influenciando diretamente o ambiente de trabalho, as relações interpessoais e, em alguns casos, o crescimento dos negócios.

Os gráficos analisados demonstraram que a maioria das participantes percebe com frequência comportamentos competitivos negativos entre mulheres do setor estético, evidenciando situações de comparação, insegurança profissional e dificuldades de colaboração. Além disso, muitas entrevistadas afirmaram que a rivalidade já afetou o desempenho de seus negócios e até mesmo impediu a realização de parcerias profissionais, mostrando que esses conflitos podem limitar oportunidades de crescimento coletivo.

Outro ponto relevante identificado na pesquisa foi a compreensão das próprias participantes sobre a necessidade de fortalecer o apoio mútuo entre mulheres empreendedoras. Os resultados revelaram que ações como diálogo, incentivo à colaboração, valorização profissional e criação de redes de apoio são vistas como estratégias importantes para reduzir conflitos e promover relações mais saudáveis no ambiente profissional.

A pesquisa também apresentou aspectos positivos, pois demonstrou que muitas microempreendedoras procuram agir com profissionalismo diante das situações de rivalidade, evitando conflitos diretos e buscando preservar a imagem profissional e o bom relacionamento com clientes e colegas. Isso evidencia maturidade profissional e interesse em construir um ambiente mais equilibrado dentro do setor estético.

Dessa forma, o estudo mostrou-se relevante por abordar um tema pouco discutido no empreendedorismo feminino, especialmente no contexto local de Pedreiras–MA. A pesquisa contribui para ampliar as reflexões sobre as relações interpessoais entre mulheres empreendedoras, destacando que o fortalecimento da cooperação e da empatia pode favorecer tanto o desenvolvimento profissional quanto o crescimento coletivo no setor da estética.

Além disso, a pesquisa permitiu compreender que a rivalidade feminina não deve ser analisada apenas como um comportamento individual, mas também como reflexo de fatores sociais, emocionais e culturais presentes no contexto empreendedor. A forte competitividade do setor estético, associada à busca constante por reconhecimento profissional e clientela, contribui para o surgimento de conflitos e inseguranças entre as profissionais. Ainda assim, observou-se que muitas mulheres reconhecem a importância da união e demonstram interesse em construir relações mais respeitadas, colaborativas e fortalecedoras dentro do mercado de trabalho.

Embora 30,3% das entrevistadas tenham afirmado que a rivalidade feminina não impactou diretamente seus negócios, muitas justificaram essa percepção pela presença de uma clientela fiel, o que reduz a dependência da conquista constante de novos clientes e proporciona maior estabilidade ao empreendimento. No entanto, ao analisar o conjunto das entrevistas e observar a realidade do mercado estético, percebe-se que ainda existe uma competição significativa pela clientela. Algumas participantes relataram que determinadas profissionais utilizam estratégias pouco éticas para atrair consumidores, chegando a fazer comentários negativos sobre o trabalho de outras empreendedoras. Esse comportamento demonstra que, mesmo quando os impactos da rivalidade não são percebidos por todas as profissionais, a concorrência por clientes e a falta de profissionalismo ainda estão presentes no setor, reforçando a necessidade de promover relações baseadas na ética, no respeito e na valorização do trabalho de cada empreendedora.

Por fim, conclui-se que a rivalidade feminina pode gerar impactos negativos emocionais e profissionais, mas que práticas de apoio, união e colaboração entre mulheres têm potencial para transformar o ambiente empreendedor em um espaço mais saudável, produtivo e fortalecido para todas as profissionais envolvidas. espera-se que este estudo incentive novas pesquisas sobre empreendedorismo

feminino e relações interpessoais entre mulheres, principalmente em setores com grande presença feminina.

A discussão proposta contribui para dar visibilidade a desafios pouco abordados no contexto acadêmico e profissional, reforçando a necessidade de promover ambientes mais acolhedores, éticos e cooperativos. Dessa maneira, o fortalecimento da empatia, da valorização profissional e das redes de apoio pode favorecer não apenas o crescimento individual das empreendedoras, mas também o desenvolvimento coletivo do setor estético local.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, M. R. **Empoderamento da mulher empreendedora: uma abordagem visando o enfrentamento de barreiras**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- CARDOSO, I. C. A. **Liderar na contemporaneidade na perspectiva de mulheres brasileiras**. 2025. Dissertação/Trabalho acadêmico – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- CAMPOS, L. R. M.; CRUVINEL, B. V.; SANTOS, A. O. et al. **A revisão bibliográfica e a pesquisa bibliográfica numa abordagem qualitativa**. Cadernos da FUCAMP, 2023.
- COSTA, C. D. M. da. **Motivações, barreiras e desafios para o empreendedorismo desportivo: o género fará a diferença?** 2024. Trabalho acadêmico. Disponível em: <https://search.proquest.com>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- FERREIRA, M. M. L. G. C. **Conciliação da vida pessoal e profissional no empreendedorismo feminino**. 2025. Trabalho acadêmico – Instituto Politécnico do Porto, Porto, 2025. Disponível em: <https://recipp.ipp.pt>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- LIMA, G. S.; LIMA, M. S.; TANURE, B. **Os desafios da carreira da mulher executiva no Brasil**. In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO, 2009. Anais [...]. Belo Horizonte: PUC Minas, 2009. Disponível em: <https://bib.pucminas.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- MACIEL, J. da S.; TRAVERSO, L. D. et al. **Os meios de aprendizagem empreendedora e a formação de competências empreendedoras de mulheres que atuam na economia informal**. Revista Científica, 2025. Disponível em: <https://autoconfig.periodicosibepes.org.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- MORAIS, M. de O.; MEDEIROS, R. E. de et al. **Competitividade feminina e as suas interfaces: uma elaboração conceitual para o empreendedorismo feminino**. Research, Society and Development, v. 13, 2024. Disponível em: <https://rsdjournal.org>. Acesso em: 28 abr. 2026.
- MORAIS, Y. M. **A liderança feminina no ambiente corporativo: percepções, desafios e dinâmica entre gestoras e suas lideradas em uma empresa do setor de saúde**. 2025. Trabalho acadêmico – Instituto Federal da Paraíba, João Pessoa, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.

NERY, L. E. **Empreendedorismo feminino**: desafios de reconhecimento no mercado de trabalho. 2024. Trabalho acadêmico – Universidade Estadual de Goiás, Goiás, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ueg.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.

PEIXOTO, C. C. M. A. **“Alimentando sonhos, nutrindo ideais”**: o empreendedorismo feminino na atuação de mulheres nutricionistas no mercado paraibano. 2025. Trabalho acadêmico – Instituto Federal da Paraíba, João Pessoa, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.

RODRIGUES, R. S.; NEUBERT, P. S. **Introdução à pesquisa bibliográfica**. Florianópolis: UFSC, 2023.

SANTOS, W. W. S. **A dona do pedaço**: criação e estratégias de legitimação no contexto do empreendedorismo feminino negro. 2025. Trabalho acadêmico – Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, 2025. Disponível em: <https://ri.ufs.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.

SILVA, H. T. F. **O processo de tomada de decisão sob a ótica da economia comportamental**: um estudo de caso no contexto do empreendedorismo feminino em Alagoas. 2023. Trabalho acadêmico – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufal.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.

SOUSA, N. G. **Liderança feminina**: um estudo bibliométrico no período de 1991 a 2023. 2025. Trabalho acadêmico – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.

SOUZA, M. A. **Superando desafios**: o caminho das mulheres no empreendedorismo. 2024. Trabalho acadêmico – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br>. Acesso em: 28 abr. 2026.

APÊNDICE

APÊNDICES A: QUESTIONÁRIO USADO NA PESQUISA DE CAMPO

Empreendedorismo feminino: Este formulário tem como objetivo compreender os impactos da rivalidade feminina nas relações profissionais e no desempenho de microempreendedoras da área estética em Pedreiras. As respostas são confidenciais e serão utilizadas apenas para fins de pesquisa.

1: Qual sua faixa etária de idade?

- ☐ 18 a 20 anos
- ☐ 21 a 30 anos
- ☐ Mais de 30 anos

2: Com qual frequência você percebe comportamentos competitivos negativos entre mulheres no seu setor?

- ☐ Nunca
- ☐ Muito frequente

3: O que você faria se, houvesse uma oportunidade para tentar solucionar a rivalidade feminina?

- ☐ Promover parcerias
- ☐ Incentivar apoio mútuo
- ☐ Melhorar a comunicação
- ☐ Participar de grupos/ações coletivas

4: Na sua opinião, o que poderia ser feito para promover mais colaboração e apoio entre mulheres empreendedoras na área estética em Pedreiras?

- ☐ Mais apoio entre profissionais
- ☐ Eventos de networking
- ☐ Comunicação mais aberta
- ☐ Incentivo nas redes sociais
- ☐ Outro

5: Quais estratégias você utiliza para lidar com situações de rivalidade no ambiente profissional?

- ☐ Evito conflitos
- ☐ Converso diretamente
- ☐ Ignoro a situação
- ☐ Busco ajuda/profissional
- ☐ Outro:

6: A rivalidade feminina já impactou diretamente o desempenho do seu negócio?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Não tenho certeza

7: Você já deixou de fazer parcerias ou colaborações por receio de conflitos com outras profissionais?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Talvez

8: Na sua opinião, quais são as principais causas da rivalidade feminina?

- ☐ Competição por clientes
- ☐ Falta de união entre profissionais
- ☐ Insegurança profissional
- ☐ Influência de redes sociais
- ☐ Diferença entre preços/concorrência
- ☐ Outro

9: Há quanto tempo você trabalha como microempreendedoras na área estética?

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ 1 a 3 anos
- ☐ 4 a 6 anos
- ☐ Mais de 6 anos

10: A rivalidade afeta o relacionamento entre colegas?

- ☐ Sim, muito
- ☐ Sim, um pouco
- ☐ Não afeta