

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO – UNISAGRADO

REBECA OTUKA ROSSI

**PERFIL EMPREENDEDOR DE PROFISSIONAIS ATUANTES NA SAÚDE
ESTÉTICA EM BAURU-SÃO PAULO**

BAURU

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com
ISBD

R831p

Rossi, Rebeca Otuka

Perfil empreendedor de profissionais atuantes na saúde estética em Bauru-São Paulo / Rebeca Otuka Rossi. -- 2022.
62f. : il.

Orientadora: Prof.^a Dra. Gabriela de Souza Canata Rodrigues

Monografia (Iniciação Científica em Estética e Cosmética) -
Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru - SP

1. Saúde Estética. 2. Biossegurança. 3. Clínicas de Estética. 4.
Empreendedorismo. 5. Formalização. I. Rodrigues, Gabriela de
Souza Canata. II. Título.

REBECA OTUKA ROSSI

**PERFIL EMPREENDEDOR DE PROFISSIONAIS ATUANTES NA SAÚDE
ESTÉTICA EM BAURU-SÃO PAULO**

Monografia de Iniciação Científica apresentado à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação do Centro Universitário Sagrado Coração, sob a orientação da Profa. Me. Gabriela de Souza Canata Rodrigues.

BAURU

2022

Dedico este trabalho aos meus pais e ao meu irmão com carinho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por minha vida e por nunca ter me deixado. Me deu forças quando precisei.

Aos meus pais que me incentivaram, apoiaram e por me apresentarem o mundo de possibilidades.

Ao meu irmão que sempre esteve ao meu lado, me alegrando nos momentos que pensei em desistir.

Aos meus avós (*in memoriam*), não possuo palavras para descrever o que são para mim.

As minhas amigas que caminharam meu caminho e que deixaram o momento acadêmico mais leve.

A minha orientadora Gabriela Canata pelo suporte, incentivo e ensinamentos.

“Todo grande progresso da ciência resultou de uma nova audácia da imaginação”. (John Dewey)

RESUMO

Tendo em vista a dificuldade nos aspectos empreendedores, na formalização e na adequação do trabalho às diretrizes da agência sanitária que os profissionais da estética enfrentam, o objetivo do presente estudo foi analisar o perfil empreendedor dos profissionais que atuam em saúde estética no município de Bauru. O estudo caracteriza-se como pesquisa de campo quali-quantitativa coletado no prazo demarcado entre agosto de 2021 a abril de 2022, elegidos de acordo com os seguintes critérios: profissionais com formação em saúde estética e beleza, participantes do projeto de extensão intitulado Gestão e Empreendedorismo para negócios em estética, que atuam em estabelecimentos e/ou em domicílio, formalizados ou não como pessoa jurídica e profissionais que aceitaram participar da pesquisa por meio do questionário virtual (Google Forms). A coleta se deu por meio de questionário com perguntas referentes a aspectos empreendedores, formalização e regulamentação segundo normas sanitárias. O aceite foi expresso por Termo Consentimento Livre e Esclarecido. Estes dados foram analisados e expressos por gráficos para identificação de possíveis dificuldades de formalização e regulamentação, bem como suas causas. Neste sentido, espera-se os resultados dessa pesquisa, contribuam significativamente para elevar o nível de formalização dos profissionais da saúde estética, e em decorrência, para a sociedade.

Palavras-chave: Saúde. Biossegurança. Clínicas de Estética. Formalização. Empreendedorismo.

ABSTRACT

In view of the difficulty in entrepreneurial aspects, in formalizing and adapting the work to the guidelines of the health agency that aesthetic professionals face, the objective of the present study was to analyze the entrepreneurial profile of professionals who work in aesthetic health in the city of Bauru. The study is characterized as a qualitative-quantitative field research collected between August 2021 and April 2022, chosen according to the following criteria: professionals with training in aesthetic health and beauty, participants in the extension project entitled Management and Entrepreneurship for businesses in aesthetics, which work in establishments and/or at home, whether or not formalized as a legal entity and professionals who agreed to participate in the research through the virtual questionnaire (Google Forms). The collection took place through a questionnaire with questions regarding entrepreneurial aspects, formalization and regulation according to health standards. Acceptance was expressed by Free and Informed Consent Term. These data were analyzed and expressed in graphs to identify possible difficulties in formalization and regulation, as well as their causes. In this sense, the results of this research are expected to contribute significantly to raising the level of formalization of aesthetic health professionals, and, as a result, to society.

Keywords: Health. Biosecurity. Aesthetic Clinics. Formalization. Entrepreneurship

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA ESTÉTICA	11
2.1 A HISTÓRIA DA SAÚDE ESTÉTICA	12
2.2 A ESTÉTICA NO BRASIL	14
3 EMPREENDEDORISMO	16
3.1 EMPREENDEDORISMO NA SAÚDE ESTÉTICA.....	18
4 METODOLOGIA	21
4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS INDIVÍDUOS E PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	21
4.2 INSTRUMENTOS	22
4.3 ANÁLISE DE DADOS	23
4.4 ASPECTOS ÉTICOS	23
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	25
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
REFERÊNCIAS	35
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	38
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO DE COLETA DE DADOS – PROJETO GESTÃO E EMPREENDEDORISMO PARA NEGÓCIOS EM ESTÉTICA	39
ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO COMITÊ DE ÉTICA E PESQUISA	42

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está essencialmente ligado ao ato de inovar e pode ser definido como a capacidade de um indivíduo de identificar problemas e as oportunidades contidas no mesmo, ao analisar as tendências do mercado, e assim, apurar possíveis soluções e investir recursos para a criação ou amplificação de negócio ou projeto, a fim de gerar mudanças significativas perante sociedade (SEBRAE, 2020; MARTES, 2010).

A área da saúde estética e cosmética é atualmente um dos setores profissionais que apresenta ascensão, e por este motivo, estratégias de empreendedorismo são necessárias. O Brasil está listado como o 4º país com o maior consumo de cosméticos e higiene pessoal do mundo conforme mostra a pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos-ABIHPEC, e paralelamente, o número de profissionais já atuantes que visam empreender, ou seja, idealizar, coordenar, inovar e por fim, realizar seus negócios, também cresce. (TERRA, c2020)

No Brasil, em média, quinhentos mil salões de beleza foram registrados, e este número tende a ser muito maior somando-se aos trabalhos informais que não apresentam registros. Estima-se que cinquenta por cento destes profissionais e estabelecimentos ainda se mantem na informalidade (BRASIL, 2019). Em Bauru-SP, setor estético também está em constante crescimento, contando com 3 faculdades e cursos técnicos de Estética e Cosmetologia presenciais e mais de dezessete virtuais (GUIA DE CARREIRA, c2021). Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a dificuldade na formalização, sobretudo relacionadas ao Microempreendedor Individual (MEI), gestão de negócios pelos profissionais autônomos e estabelecimentos é um obstáculo enfrentado para que a ascensão dos negócios em estética galgue maiores degraus (SEBRAE, 2017).

De acordo com o SEBRAE (c2018), a formalização como MEI para profissionais da estética ainda é a forma mais segura de garantia de direitos e de formalização do empreendedor desta área. A regulamentação da estética é recente e foi expressa por meio da Lei do Congresso Nacional sob nº 13.643, de 3 De abril de 2018. A lei dispõe sobre a profissão de esteticista discorre sobre a competência do profissional e observa os aspectos a serem zelados pelos profissionais (BRASIL, 2018).

É importante ressaltar que apesar de sancionada, a regulamentação cita a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), porém, a inexistência de mais legislações, pareceres e de um conselho de classe, ainda deixa alguns aspectos da atuação no que se refere à formalização, empreendedorismo e fazer profissional vagos e implícitos.

A existência de centros de estética é reconhecida pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9602-5/02, como Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza (SEBRAE, c2021). Ferreira et al. (2016), expõe que a ausência de exigências na formalização e no cumprimento de algumas diretrizes, como por exemplo: adequação às normas de vigilância sanitária, padronização dos espaços de atendimento, aspectos éticos e aspectos relacionados a gestão e marketing neste seguimento pode estar relacionada com a ausência de um órgão de classe, com finalidade regulamentadora e fiscalizadora.

Segundo o Sindicato Patronal dos Empregadores em Empresas e Profissionais Liberais em Estética e Cosmetologia do Estado de São Paulo -SINDESTÉTICA (c2020), profissionais esteticistas devem fazer valer seus direitos de exercer a profissão, e que irregularidades no exercício da profissão devem ser denunciados à Polícia Civil, mesmo com ausência de um conselho de classe. A oferta de cursos superiores com formação em estética cresceu nos últimos anos e a existência desta área do conhecimento em instituições públicas estaduais em dois estados do país chamam a atenção para o quanto a formalização pode contribuir na consistência da profissão (ESTETICA E MERCADO, c2020).

Um estudo com 169 estudantes e profissionais da estética, demonstram que parte dos indivíduos voluntários de sua pesquisa sequer sabiam a definição de conselho de classe, e ressalta que a garantia de direitos, a proteção e a regulamentação da atividade profissional contribuiriam no crescimento da estética e reduziria percentuais de exercício ilegal da profissão (FERREIRA et al., 2016).

Desta forma, acredita-se que investir em formalização dos profissionais poderia repercutir em ascensão, visibilidade ao profissional esteticista, assertividade e conseqüentemente melhora em seu perfil empreendedor.

A presente pesquisa visa responder ao seguinte problema:

Os índices de formalização dos profissionais são baixos e os aspectos relacionados ao empreendedorismo são desconhecidos por parte da classe atuante na saúde estética?

Os objetivos deste trabalho foram observar a evolução do mercado da Estética desde a implementação no Brasil; analisar o perfil empreendedor e o nível de formalização dos profissionais que atuam em saúde estética no município de Bauru.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA ESTÉTICA

É notório que a conceituação da estética atualmente é divergente de que se havia no passado, visto que, o que se considera belo muda com o passar do tempo e de momentos históricos, o que antes era apenas beleza superficial, de higiene pessoal, hoje, não apenas isso, mas também saúde física e mental. (RUSENHAK,2020)

Questionamentos sobre o que é belo apenas começaram a existir a partir dos pressupostos de filósofos como Platão, Aristóteles e Sócrates, que identificaram o belo como algo intrínseco ao ser humano, nesta época, baseado apenas na teoria do mundo sensível. Entretanto, cada filósofo trazia consigo diferentes definições do belo, de acordo com suas especificidades filosóficas. E o belo semelhantemente de obras de arte com o passar dos séculos (ECO, 2004).

O belo, de acordo com Platão, é inteiramente ligado ao bem e a verdade, nada é considerado belo sem que não haja verdade. Esse princípio singular dá a todos os seres particularidades, não pode ser encontrado no sensível, no diverso.

A beleza pode ser conferida a qualquer objeto: é pura, sem mistura, sem cor, sem figura, sem carne, é verdadeiramente a beleza racional e moral. Uma alma bela está mais perto de ideia do que um belo corpo: A beleza reside essencialmente nas almas [...] Mas a beleza fica no domínio sensível, mantem-se na aparência. (BAYER, 1995, p.40)

Para o naturalista Aristóteles, a beleza está na simetria, é símbolo do perfeito, não podendo ser desligado do homem, está em nós. A beleza não está no extrínseco, mas sim, é belo o que é louvável, digno, o bom. Virtude e coragem também define a beleza (ARISTÓTELES, 1993).

Para Sócrates, só há o belo quando se há utilidade e enquanto o for útil, até o hediondo pode ser belo se for útil. A partir do século XVI a beleza da mulher passa a ser admirada, porém somente a parte dos membros superiores, enquanto os membros inferiores eram vistos apenas como um suporte para os membros acima.

ECO (2004, p.09) salienta em seus estudos que:

“Belo”- junto com “gracioso,” “bonito” ou “sublime,” “maravilhoso,” “soberbo,” e expressões similares – é um adjetivo que usamos frequentemente para indicar algo que nos agrada. Parece que, nesse sentido, aquilo que é belo é igual aquilo que é bom e, de fato, em diversas épocas históricas criou-se um laço estreito entre o belo e o bom.

A partir do século XVIII, Immanuel Kant afirmava que o belo é o que agrada a todos, mesmo sem que aja justificativa intelectual. Para ele, o belo é ocasionado pelo prazer, que reside no sujeito (BAYER, 1995).

O filósofo germânico Friedrich Hegel cria que a beleza muda o semblante e de aspectos além dos tempos e que varia de acordo com a mudança cultural e histórica do que de uma imposição intrínseca do belo (CHIES, 2008).

Cardoso (2006, p.23) reitera que “a beleza e a jovialidade tem rompido barreiras étnicas e sociais, fazendo com que um padrão de beleza se estabeleça de acordo com as concepções culturais e sociais do mercado atual”.

2.1 A HISTÓRIA DA SAÚDE ESTÉTICA

Sabe-se que a inquietação com os padrões estéticos vem desde a antiguidade. Há milhares de anos o ser humano já buscava por ‘produtos’ na busca da saúde e da beleza.

Um dos mais antigos relatos do uso de ‘produtos’ para a saúde e para o embelezamento ocorreu no Antigo Egito, onde os faraós usavam perucas com cores diferentes como forma de elevação social e as misturas de metais pesados e pó de Kohl que dava a tonalidade verde escuro para maquiar os olhos para evitar olhar diretamente para Rá, o deus do sol, era de extrema importância, além do uso de óleos essenciais como forma de preparo em rituais de enterro. É ainda na civilização egípcia que se tem um dos usos mais antigos da henna como ornamento nas artes corporais e nas unhas. Para eles, a higiene era uma forma de banir o mal e evitar doenças (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.5).

O povo hebreu também possuía vários mecanismos para o cuidado com a pele, visto que sua natureza era nômade também possuíam conhecimentos de técnicas de diversos lugares. Os rituais dos Hebreus eram pautados no princípio de que o corpo era uma dádiva, e que assim, necessitava de cuidado. (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.5.)

Era usado o óleo de semente de uva e azeite de oliva para a hidratação e proteção da pele, também usavam a mirra em pó como repelente para pulgas e sua tinta, para a higienização bucal e a romã era usada como antisséptico e vermífugo intestinal (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.5).

Foi na Grécia antiga que o termo “cosmética” e “cosmetologia” surgiram a partir da palavra kosmetikos, que possui como significado “apto no uso da estética”. A beleza era referenciada pelo corpo nu, relacionando-o como um templo. Os guerreiros e os atletas eram vistos como sinônimo de equilíbrio mental e o corpo. Eles possuíam costume de tomar banho de azeite de oliva e pulverizar areia fina pelo corpo para a proteção dos raios solares. (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.5,6).

A Roma antiga é até hoje conhecida pelas grandes casas de banho, construções arquitetônicas públicas, separada pelo gênero e, possuíam várias técnicas estéticas usadas até hoje como massagens, terapias físicas e vapores e após o banho, faziam uso de óleos essenciais para manter a pele saudável e hidratada. (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.8).

No período renascentista, a sociedade ocidental fez a transição do período medieval para a era moderna. Uma das técnicas mais conhecidas da época era de retirar as sobrancelhas e as primeiras linhas dos cabelos para salientar a testa, visto que, cria-se que mulheres que possuíam testas maiores eram respectivamente, mais inteligentes. Também, o padrão estético desse período era de cabelos minuciosamente penteados e adornados e loiros, mesmo que descoloridos, ou até o uso de perucas, embora, perfumes e cosméticos faciais não possuíam cores fortes (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.9).

Chamada de era da extravagância, marcada pelo reinado francês da rainha Maria Antonieta. Era comum que as mulheres mais prósperas se banhavam com leite e morangos e, se embelezavam com cosméticos perfumados feitos de pó de amido. As bochechas e os lábios eram marcados com cores chamativas como laranja e rosa, também os cabelos eram levantados ao alto com arames e podiam ter fores e até animais vivos para adornados (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.9).

A era vitoriana, marcado pelo reinado da rainha Vitória, Inglaterra, (1837-1901). A extravagancia era evita, a menos que fosse para apresentações teatrais. Os cabelos eram presos com coques simples segurados por grampos e, para preservar a beleza e saúde da pele, as mulheres produziam máscaras com mel, leite, aveia, frutas, entre outros ingredientes naturais e, para manter a cor natural das bochechas, apenas beliscavam levemente, para que a cor natural aparecesse (D’ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.9).

Século 20 e início do 21, inovações na cultura da saúde estética foram introduzidas fortemente, a cada década a estética e os padrões de beleza mudavam,

o que só acontecia anteriormente, a cada século. Tais mudanças aconteceram principalmente pela globalização, tendo em vista, maior exposição de culturas variadas, canais de comunicação com rádio e televisão informava sobre moda dos outros países. O século 20 trouxe consigo, inovações científicas em relação a estética, como o Botox, ácido-hidroxi e diversos procedimentos estéticos. Já o início do século 21 trouxe consigo a nanotecnologia, que nada mais é, que a manipulação em escalas moleculares dos ingredientes. Com a modificação das propriedades químicas, passou-se a obter unidades cada vez menores, aprimorando os ingredientes e criando. (D'ANGELO, LOTZ, DEITZ, 2001, p.9).

2.2 A ESTÉTICA NO BRASIL

Segundo Barbosa; Matos; Costa (2011) desde os tempos da Antiguidade até os dias de hoje a sociedade tem imposto um padrão de beleza ao corpo humano. A cultura de cada sociedade determina alguns atributos, criando padrões de beleza e sensualidade.

No Brasil, o nascimento do mercado da estética e beleza também teve os seus representantes. O Sebrae descreve no artigo *A profissionalização dos centros de* que em 1953 Pierre Grumbach introduziu a marca Payot no país. Sua irmã Léa Grumbach estabeleceu a profissão de esteticista e implementou o primeiro instituto de beleza sofisticado em São Paulo, que ficava localizado na Boulevard da praça D. José Gaspar. Preparou e ensinou muitas esteticistas para atender o seu público. Desde então, a mulher brasileira passou a usufruir de cosméticos importados de renomada qualidade internacional (SEBRAE,2017)

Em 1969 a empresa Payot foi adquirida pelo casal Dirce e Silvio Grotkowski e em seguida fundaram a escola Payot de excelente nível técnico-educacional, que sempre esteve cotada como uma das melhores do Brasil.

Já a primeira escola de estética "Ecole Francis Bel" foi fundada por Anne Marie Klotz no Rio de Janeiro, onde formou várias personalidades do mundo da estética brasileira. Também fundou a FEBECO (Federação Brasileira de Estética e Cosmetologia) com o objetivo maior de que o Esteticista brasileiro pudesse conseguir garantias para o desenvolvimento profissional e educacional da sua categoria. Nessa esteira muitos

outros nomes seguiram como Maria Lúgia Belfort Carrato, Antonia Maria Guimarães Rosa, Maria Celina Meirelles, dentre outros. (SEBRAE,2018)

Os profissionais da área da estética não só vêm ganhando cada vez mais espaço no mundo em si, como também vem conquistando seus direitos, no ano de 2018 o Presidente da e pública (MICHEL TEMER), juntamente com o CONGRESSO NACIONAL decreta e sanciona a LEI Nº 13.643, DE 4 DE ABRIL DE 2018, que regulamenta as profissões de Esteticista, que compreende o Esteticista e Cosmetologia e de Técnico em Estética (CAMARA DOS DEPUTADOS, 2018).

3 EMPREENDEDORISMO

No conceito da Global Entrepreneurship Monitor – GEM (IBQP, 2020), o empreendedorismo é “qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

Souza (2006), define o empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Segundo Schumpeter (1982), empreendedorismo é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos. Conceitua ainda como sendo a busca de novas direções, do diferencial competitivo e de novas conquistas, associadas a inovação, tendo em vista que sua principal característica está na percepção e aproveitamento de oportunidades de negócios, no desejo de fundar empreendimentos, de utilizar novos recursos e na criatividade.

Há duas formas para o termo empreendedor, que pode ocorrer pela oportunidade ou necessidade. Respectivamente, o método de empreender por oportunidade é discernido pelo potencial observado no mercado, conduzido por um planejamento. Logo, o método de necessidade é identificado pela insuficiência de renda, situação a qual pessoas buscam complementá-la sem antes se capacitarem ou planejarem. (OLIVEIRA E BUSINARI, 2021)

Dornelas (2008, p. 37) define que empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. O autor descreve ainda que em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- 1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
- 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive;
- 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Souza (2006, p. 8) descreve que indivíduo empreendedor é:

Um líder com competências especiais para: tratar a complexidade das atividades cotidianas, advindas da necessidade de atender a altos níveis de qualidade e de satisfação da sociedade; canalizar as atividades cotidianas

em direção ao sucesso estratégico da empresa; aceitar e promover, dentro do enfoque de responsabilidade social, a ética e os princípios morais e ecológicos para todos os membros da empresa, como fator de competitividade e sucesso.

Empreendedores para Drucker (2000, p.135) são:

Indivíduos inovadores. A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade.

Assim, tratar-se-á sobre o empreendedorismo nesta pesquisa tendo como fundamentação as concepções definidas pelos autores citados que definem empreendedorismo como importante instrumento para a economia e o alinha ao termo inovação, criatividade e oportunidades.

No Brasil o empreendedorismo começa a ter relevância em meados dos anos de 1990 com a abertura da economia. Ressalta-se que as universidades e faculdades nesse período não davam ênfase ao ensino do empreendedorismo em suas grades curriculares em virtude de sua tímida presença, até então, no mundo econômico. Entretanto, instituições como o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC, bem como o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE juntamente com algumas escolas de ensino médio começam a contemplar nos conteúdos do ensino técnico a capacidade e orientações para desenvolver o espírito empreendedor.

De acordo com o a pesquisa realizada pela GEM (2020, p.150) no ano de 2019, do ponto de vista quantitativo, o Brasil destaca-se positivamente, mostrando a manutenção ao longo dos anos e um aumento nas iniciativas empreendedoras da população. Segue-se abaixo alguns dados sobre o empreendedorismo no Brasil:

A taxa total de empreendedorismo (TTE) no Brasil em 2019 foi de 38,7%, a 2ª maior da série histórica da pesquisa, representando uma estimativa de 53,4 milhões de empreendedores em idade adulta. A taxa de empreendedores iniciais (TEA) foi de 23,3% – a mais alta da série com 5,4 pontos percentuais acima do registrado em 2018. A TEA do Brasil ocupou a 4ª posição na comparação com as 50 economias participantes do GEM em 2019. De um modo geral, as taxas mais altas foram de países da América Latina e Caribe. O aumento da TEA brasileira foi influenciado, principalmente, pela taxa de empreendedores nascentes, que passou de 1,7% em 2018 para 8,1% em 2019, também o maior valor da série. Esses números tendem a aumentar, pois a taxa de potenciais empreendedores, ou seja, o percentual da população adulta não empreendedora que expressou o desejo de começar um novo negócio nos próximos três anos foi de 30,2%, 4,2 pontos percentuais superior a 2018. A taxa de empreendedores estabelecidos (TEE) de 16,2%, apesar da redução de 4 pontos percentuais em relação a 2018, manteve-se

em um patamar alto quando comparada com as outras economias: o Brasil ocupou o 2º lugar no ranking geral.

Diante do discorrido até aqui, verifica-se que o empreendedorismo no Brasil vem crescendo a partir dos anos de 1990. A seguir, apresentar-se-á o empreendedorismo no segmento da saúde da estética.

3.1 EMPREENDEDORISMO NA SAÚDE ESTÉTICA

Os avanços tecnológicos na área da saúde, as mudanças de estilo de vida das pessoas e a valorização da prevenção de doenças desencadeia o aumento da longevidade humana e induz à busca por saúde, bem-estar e qualidade de vida. Há um desejo em protelar o envelhecimento e manter uma aparência saudável e dentro dos padrões estéticos. (KIPPER, 2010).

Essas mudanças estimulam novas oportunidades de mercado com particularidade no segmento da saúde estética despertando e tornando necessário o empreendedorismo nesse campo.

O desenvolvimento da indústria brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC) foi significativo nas duas últimas décadas. O crescimento médio deflacionado chegou a mais de 10% ao ano, segundo a ABIHPEC. Estimativas atuais indicam que os gastos médios das famílias com produtos do setor são da ordem de 1,5% do seu orçamento.

A fim de demonstrar a ampliação do segmento de estética e beleza nos últimos 20 anos apresentar-se-á alguns dados dos anos de 2002 e 2019.

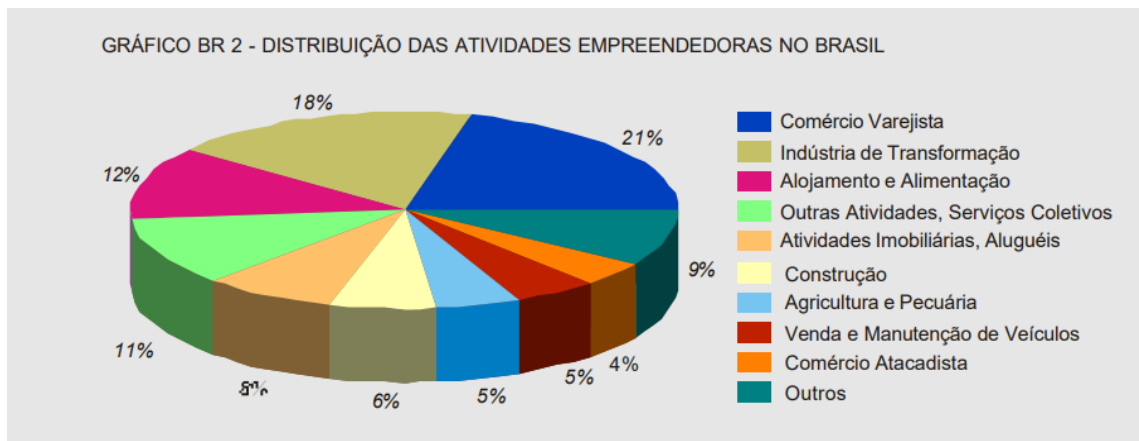
Tomando por base o ano de 2002 a pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor- GEM (IBQP, 2002, p. 10) destacam-se as atividades empreendedoras distribuídas por ramo de atividade. Ressalta-se que neste período a atividade de saúde e estética não tem evidencia nos segmentos econômicos, como segue:

A grande concentração dos negócios empreendidos no Brasil, 21%, está no setor do comércio varejista, principalmente em atividades relacionadas à alimentação (padarias, laticínios etc.), vestuário (tecidos, armarinhos, calçados etc.) e produtos em geral de construção e escritório. O segundo maior setor, com 18%, está na indústria de transformação, também com maior frequência em produtos alimentícios e de vestuário, seguidos, com menor número de observações pela indústria de móveis. O terceiro grupo, com 12%, inclui os serviços na área de alimentação e alojamento. Os outros

grupos que aparecem com menor representação do que os anteriores são: serviços pessoais (lavanderias, cabeleireiros etc.) com 11%, atividades imobiliárias (8%), construção (6%), venda e manutenção de veículos (5%), e agricultura e pecuária (5%). Como pode ser observado, independente se na indústria, comércio ou serviços, o grande foco das atividades dos empreendedores brasileiros situa-se na área de alimentação.

Abaixo o gráfico apresenta a ilustração da citação em percentual por atividade.

Figura 1: Distribuição das atividades empreendedoras no Brasil



Fonte: GEM Brasil (2002)

Comparativamente ao ano de 2002, a última pesquisa publicada pela GEM (IBQP, 2020) tendo o ano de 2019 como parâmetro, os dados apresentam uma alteração na distribuição das atividades empreendedoras no Brasil, com destaque particular ao mercado de saúde e estética, objeto deste trabalho. Como apontado a seguir:

A atividade de “comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” estava mais presente entre os empreendedores novos, com 8,6%, alcançando a 2ª colocação no ranking do grupo, e entre os nascentes, a 3ª posição com 7,1%. No caso dos estabelecidos, a proporção foi menor, 3,5%. [...] A diferença da incidência na atividade de “cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” foi pequena considerando os três estágios do empreendimento, entretanto houve um aumento do percentual conforme o amadurecimento do negócio. Essa atividade representou 5,4% dos empreendedores nascentes, 6,4% dos novos e 7,8% dos estabelecidos. Dos que atuavam nesse segmento, entre as nascentes, mais da metade mencionaram salão de beleza ou cabeleireiro, cerca de 25% manicure e o restante foi como barbearia ou clínica de estética. Entre os novos, houve um equilíbrio entre manicure, barbearia e salão de beleza ou cabeleireiro – em torno de 30% para cada um, os demais mencionaram cabine móvel de esteticista, depilação, design de sobrancelha e penteados especiais (tranças). Entre os estabelecidos não houve registro de barbearia, 60%

relataram salão de beleza ou cabeleireiro e 35% manicure, também foi relatado o serviço de massoterapia. (GEM, 2020, p. 84)

Em 2019, segundo o estudo da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) e do Sebrae, esse segmento cresceu muito nos últimos anos no Brasil:

Entre 2009 e 2016, o segmento de cuidados com a beleza, que inclui corte e tratamento de cabelos, manicure, pedicure, atividades de estética e outros serviços relacionados, recebeu aproximadamente 645 mil novos microempreendedores individuais (MEI) e mais 26 mil microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP). (GEM, 2020, p. 84)

Esse desenvolvimento é consequência de algumas mudanças na sociedade que, conforme um levantamento da Nielsen (empresa de medição, dados e análises de audiência) de 2017, saúde e bem-estar vêm se tornando muito mais um estilo de vida do que apenas uma tendência pelos fatores de longevidade, obesidade e a busca pelo bem-estar.

Importante ressaltar aqui o comportamento do mercado empreendedor no ramo da saúde e estética em tempos de pandemia.

Logo no início do ano de 2020 com a chegada da pandemia da Covid-19 a economia mundial sofreu impactos de grandes magnitudes em sua economia. As preocupações com a saúde e o distanciamento social trouxeram dificuldades em conseguir manter os cuidados com a própria aparência, tendo em vista que salões de beleza e clínicas precisaram permanecer fechadas ou restringir muito o seu funcionamento durante os críticos períodos pandêmicos. Diante deste cenário crítico para a economia como um todo, questiona-se como se comportou o setor de saúde e estética. Alguns dados apontados por ABIHPEC (2021) que levando em conta a pandemia, o mercado da beleza foi o 6º setor com maiores impactos no seu faturamento. Apesar disso, cresceu 6% de janeiro a outubro do ano de 2020, com relação a 2019.

O provedor de pesquisa de mercado Euromonitor International (2019) descreve que mesmo em um período de incertezas como a pandemia, o setor continuou próspero, colocando o Brasil como quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo, ficando atrás somente dos Estados Unidos, Japão e China.

4 METODOLOGIA

O presente estudo classificou-se como pesquisa de campo de caráter quantitativo e qualitativo, com indivíduos atuantes na área da saúde estética, participantes do projeto de extensão *Gestão e Empreendedorismo para Negócios em Estética do Centro Universitário do Sagrado Coração (UNISAGRADO)* e por meio digital, a plataforma *Google Forms®*. Os voluntários foram profissionais da saúde estética, residentes no município de Bauru, de acordo com critérios de inclusão: profissionais atuantes em estética e cosmética, participantes do projeto de extensão e demais profissionais convidados pelos autores que aceitaram voluntariamente contribuir com o estudo, sendo eles profissionais formalizados ou não formalizados.

As entrevistas em primeiro momento, foram dirigidas pelos alunos pertencentes ao projeto de extensão *Emprenda Mulher* aos profissionais participantes, em datas previamente estabelecidas de acordo com a disponibilidade deste. A partir do segundo momento foi elaborado um questionário de autopreenchimento por meio da plataforma *Google Forms®*.

Foram excluídos da pesquisa indivíduos que desistiram de participar do projeto e recusaram-se a responder ao questionário. A amostra se deu por demanda espontânea entre os participantes do referido projeto e entre os profissionais convidados. Foi permitido que o participante deixasse em branco somente a questão em que se tratava de suas percepções a respeito do seu negócio.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS INDIVÍDUOS E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.

Os participantes do projeto de extensão *Gestão e Empreendedorismo para Negócios em Estética* foram convidados a contribuir com a pesquisa. Além da coleta de dados com os participantes do projeto, também foi parte da amostra profissionais da estética que aceitaram participar da pesquisa a convite dos pesquisadores. A coleta se deu entre os meses de agosto de 2021 a abril de 2022.

O projeto esteve sob parecer da aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa em Seres Humanos do Centro Universitário do Sagrado Coração (UNISAGRADO) de nº 4.625.567.

Inicialmente, os voluntários foram informados do caráter da pesquisa e deviam consentir expressamente mediante Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 1). Foram informados aos participantes os riscos mínimos de constrangimento ou desconforto ao responder os questionamentos. Caso isso ocorresse o participante poderia imediatamente interromper sua participação. Também foi esclarecido os benefícios de sua participação que estão relacionados a melhoria dos processos regulamentação e gerenciamento dos locais de prestação de serviços estético. Foi mantido o sigilo absoluto sobre a identificação dos participantes, assim como, do seu local de trabalho, nas eventuais publicações desta pesquisa.

Parte da coleta de dados foi realizada nos estabelecimentos destes profissionais, após aplicado ao avaliador o treinamento técnico para coleta, realizado pelo pesquisador responsável. A segunda etapa da pesquisa foi de maneira digital, com novos participantes convidados pelas autoras por meio de ferramentas como as redes sociais, que, após consentirem por meio do TCLE mediante assinatura, receberam um link com o questionário virtual com as mesmas questões do Apêndice 2, em que puderam contribuir respondendo às questões.

Após o término do projeto de extensão, nos meses de março e abril, a coleta se deu por exclusivamente pelo questionário virtual da plataforma *Google Forms*®.

4.2 INSTRUMENTOS

Foram levantados por meio de questionário elaborado pelo autor (Apêndice 2) informações como identificação pessoal, atuação profissional na área da estética, escolaridade, dados sociodemográficos, registro de MEI (microempreendedor individual) ou outra modalidade de pessoa jurídica, local de atuação. Foi verificado também se o estabelecimento cumpre as normas de regulamentação governamental e biossegurança estão em conformidade.

O questionário virtual foi elaborado pelo autor por meio da ferramenta *Google Forms*®, e configurado para garantir o sigilo das informações. O link para acessar ao questionário está em <https://forms.gle/cfsUsE7QxRbdbSa9>, o qual, após assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, TCLE de forma virtual, os questionários foram conferidos pelos avaliadores.

O instrumento principal de coleta foi desenvolvido pelos autores, ainda não validado como instrumento na pesquisa, e teve sua elaboração tendo em vista a carência de instrumentos que atendessem a necessidade desta pesquisa.

4.3 ANÁLISE DOS DADOS

Após a coleta de informações dos participantes, os dados foram organizados e tabulados e expressos por meio de gráficos e tabelas. Foram utilizados os programas *Excel®* e *Word®*.

Outrossim, o conjunto de variáveis foi submetido a análise estatística por meio de cálculo da média.

4.4 ASPECTOS ÉTICOS

O presente foi submetido à Plataforma Brasil e, conseqüentemente, encaminhada ao Comitê de Ética e Pesquisa do Centro Universitário do Sagrado Coração (UNISAGRADO) e aprovado sob o parecer nº 4.625.567. Esta pesquisa obedece aos aspectos éticos constantes na Declaração de Helsinque que regem a pesquisa com seres humanos, e a resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presente pesquisa teve a finalidade de verificar se os índices de formalização dos profissionais eram baixos e se os aspectos relacionados ao empreendedorismo eram desconhecidos por parte da classe atuante na saúde estética.

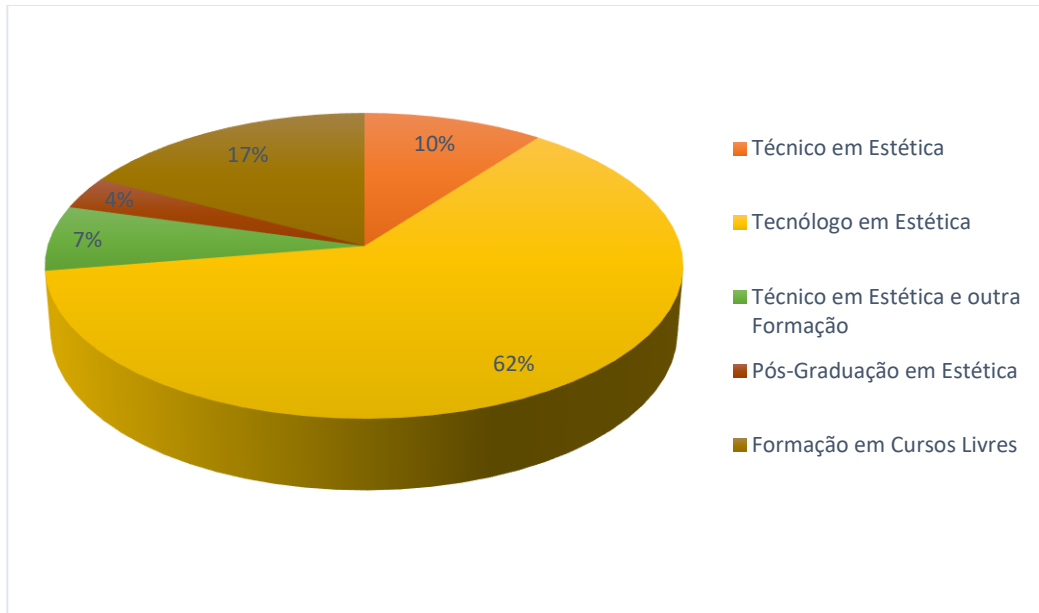
Nesse sentido, a pesquisa contou com a avaliação de 32 participantes, sendo 11 voluntários do projeto de extensão *Empreenda Mulher* e 21 indivíduos por meio do questionário eletrônico contido no link https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdYRiIVRNP0L-tQzSmS-mi5J8Hek62-jHLCw_xxrKbeobjaRA/closedform elaborado pelo autor por meio da ferramenta *Google Forms*.

Os dados coletados consistiram em 27 questões que investigaram a formação profissional, a forma de atuação, a formalização como empresa, os aspectos de gestão empresarial e financeira e o panorama quanto a questões de biossegurança e laborativos. Destaca-se aqui que os participantes são profissionais da saúde estética e/ou beleza.

A discussão dos resultados delinear-se-á como segue:

Os resultados referentes a pesquisa sobre a Formação Profissional da população dos 32 pesquisados mostrou que 62% são tecnólogo em estética, ou seja, são graduados por universidades. Os demais dados aprontaram que 17% são formados em cursos livres; 10% são técnicos em estética; 7% declararam ser formados em técnico em estética acrescida de formação e 4% possuem pós graduação. As informações evidenciam que há uma procura crescente por qualificação no ramo da estética. Um dos motivos pelo interesse na profissionalização pode ser atribuído à aprovação da Lei nº 13.643, de 3 de abril de 2018 (BRASIL, 2018) que regulamenta as profissões de Esteticista, que compreende o Esteticista e Cosmetólogo, como também, o Técnico em Estética.

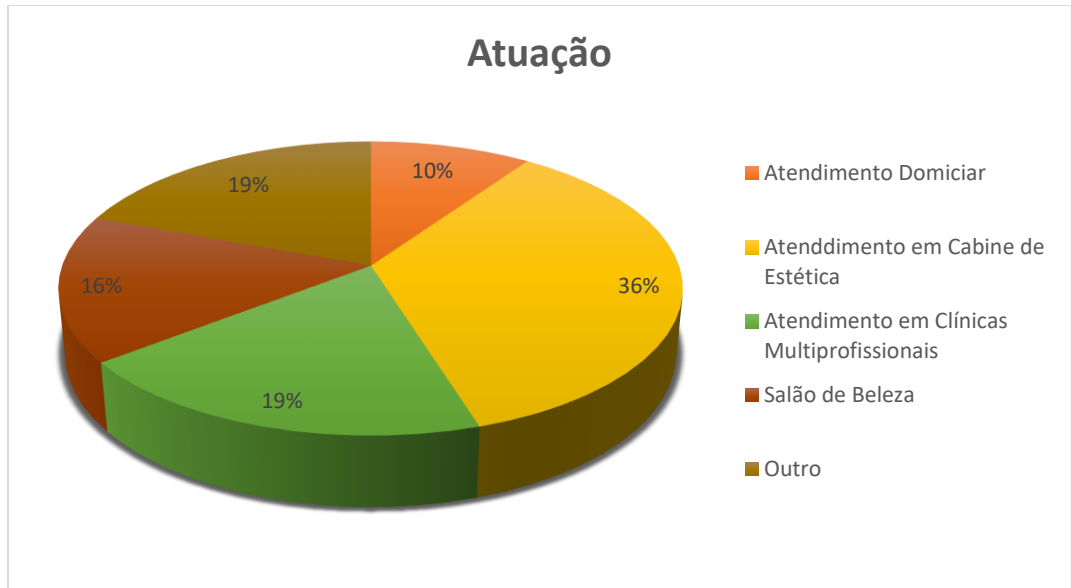
Gráfico 1- Formação profissional



Fonte: Do autor

No tocante a atuação as respostas apresentaram que 36% dos participantes da pesquisa fazem atendimento em cabines de estética; 19% responderam que atuam em clínicas multiprofissionais; 16 % em salões de beleza; 10% apontaram o atendimento domiciliar e 19% disseram outras formas. Embora tenha ficado nítido que o empreendimento da maioria dos participantes (36%) é um negócio de pequeno porte, este não deixa de enquadrar-se como um empreendedor, tendo em vista que Dornelas (2008) classifica empreendedor como aquele que identifica uma oportunidade e cria um negócio para gerar lucro, utilizando os recursos disponíveis de forma criativa.

Gráfico 2- Atuação Profissional

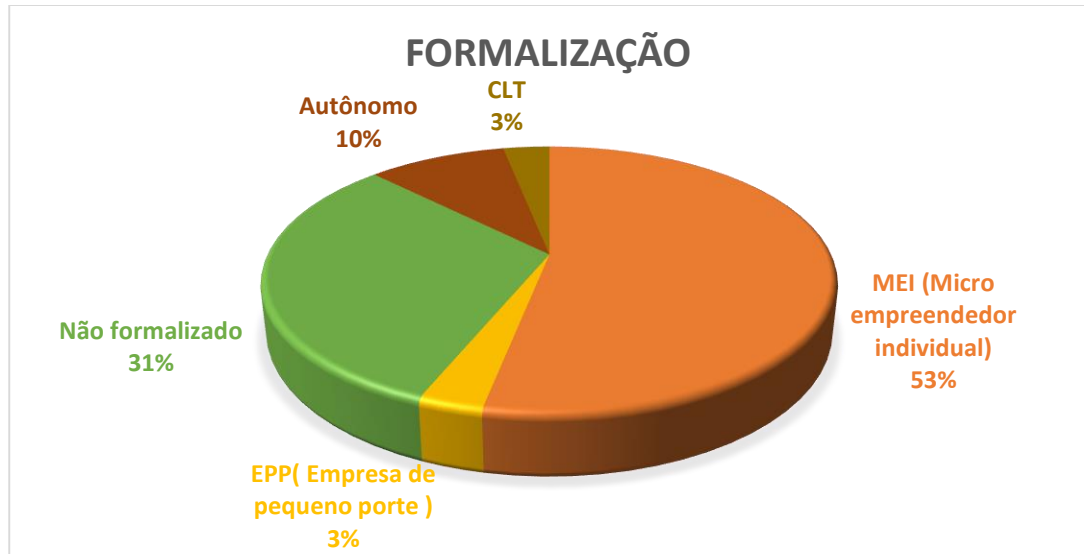


Fonte: Do autor

Quanto a formalização as apurações mostraram que 53% dos participantes são microempreendedores (MEI), ou seja, pequenos empreendedores que trabalham por conta própria em um negócio de menor vulto; 31% não são formalizados; 10% se declararam autônomos; 3% disseram possuir uma EPP (Empresa de Pequeno Porte) e os demais 3% são profissionais que trabalham com carteira assinada pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT).

É possível verificar que os microempreendedores formam a maioria e embora formalizados como pessoa jurídica, trabalham de forma pouco profissional devido a dificuldades financeiras para investir e profissionalizar o empreendimento. Esse resultado pode ser atribuído ao empreendedor que constituiu o seu negócio por necessidade e não pela oportunidade. Oliveira e Businari (2021) corrobora com os resultados da pesquisa ao afirmar que essa característica de empreendedor por necessidade é determinada pela insuficiência de renda e condição social na qual as pessoas empreendem buscando uma compensação para tal situação, sem antes se capacitar ou planejar.

Gráfico 3- Formalização



Fonte: Do autor

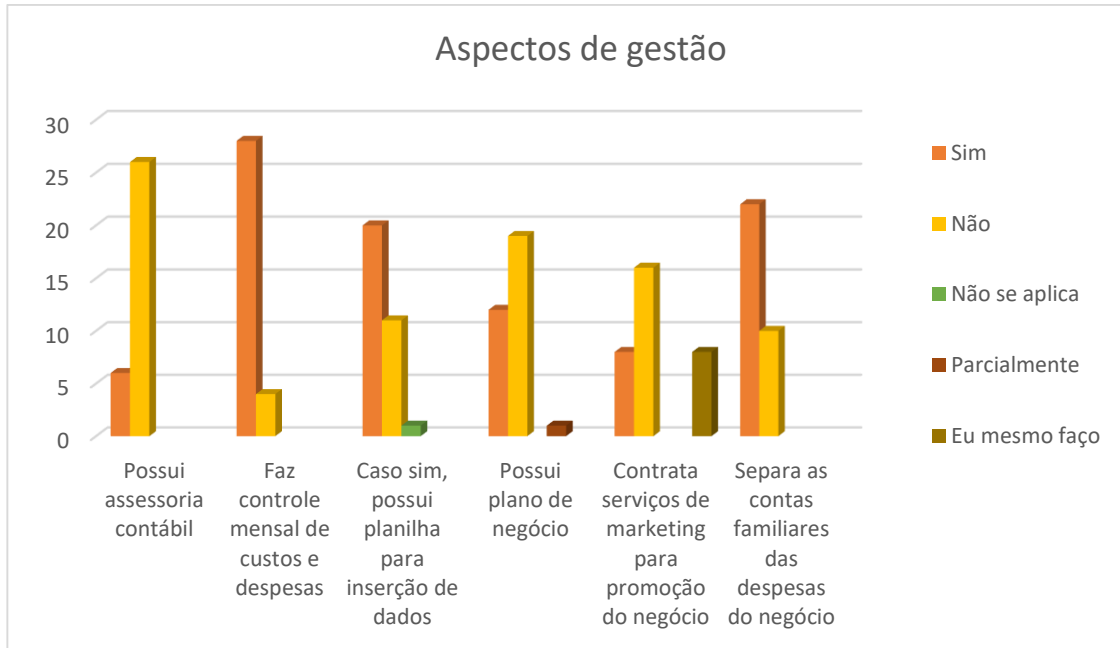
A pesquisa sobre os aspectos de gestão apontou algumas características e perfil dos empreendedores como segue:

- Aspectos referentes a gestão mostraram que 81% ou 26 dos empreendedores não possuem assessoria contábil;
- 87% (28) fazem controle mensal de custos e possuem planilha para inserção de dados;
- Sobre o plano de negócios 59% (19) afirmam não possuir;
- Referente a contratação de serviços de marketing 50% (16) dizem não fazer uso deste serviço;
- 68% (22) afirmam que separam as contas da empresa das contas familiares e

É possível verificar que embora os dados apontem que 81% dos empreendedores não façam uso dos serviços de assessoria contábil, 87% declararam que fazem o controle de custos em planilhas e 68% separam as contas da empresa das contas familiares. Assim pode-se afirmar que de maneira informal a maior parte dos entrevistados organizam e identificam as despesas e receitas geradas pelo seu negócio, ação esta, imprescindível para a gestão de uma empresa. Bruni e Fama (2002) cita que o conhecimento referente aos custos de uma empresa é uma das mais importantes ferramentas para se alcançar uma administração de sucesso, tendo em vista que é por meio do gerenciamento dessas informações que se consegue controlar

detalhadamente os processos de produção de um produto ou de um serviço prestado, auxiliando ainda, na tomada de decisões.

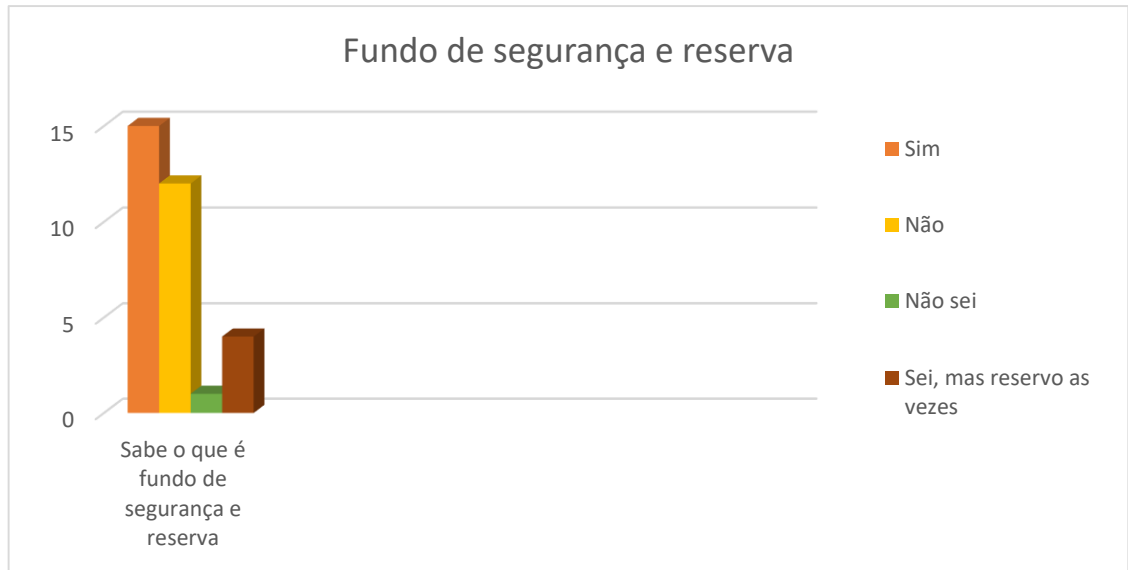
Grafico 4- Aspectos de Gestão



Fonte: Do autor

Sobre o fundo de reserva 47% responderam que sabem o que é o fundo de segurança e reserva; 37% não conhecem; 12,5% informaram que sabem o que é, porém, não fazem a reserva e os demais 3,5% também não conhecem (os resultados foram tabulados pelas respostas idênticas, portanto 37% mais 3,5% não sabem o que é fundo de reserva, totalizando 40,5%).

Gráfico 5- Fundo de reserva



Fonte: Do autor

No tocante a forma de pagamento o pagamento com dinheiro em espécie ainda é a forma mais usual. Com a facilidade dos recursos como PIX, PicPay e outros esta foi a segunda opção de pagamento mais utilizada, assim, é possível fazer uma relação com a gratuidade de tais instrumentos. O cartão de crédito é o terceiro mais usado e o cheque ainda é utilizado, porém, em muito menor escala.

Gráfico 6- Formas de Pagamento



Fonte: Do autor

Quanto aos aspectos de biossegurança obteve-se o seguinte perfil:

71% possuem coletores adequados para descarte de resíduos;

75% possuem local adequado para higiene e assepsia de materiais;

97% reconhecem os processos de assepsia e esterilização;

78% fazem o uso corretamente de EPI's;

100% têm conhecimento sobre higiene e desinfecção de superfícies;

62% não possuem extintores de incêndio;

50% possuem treinamento em primeiros socorros

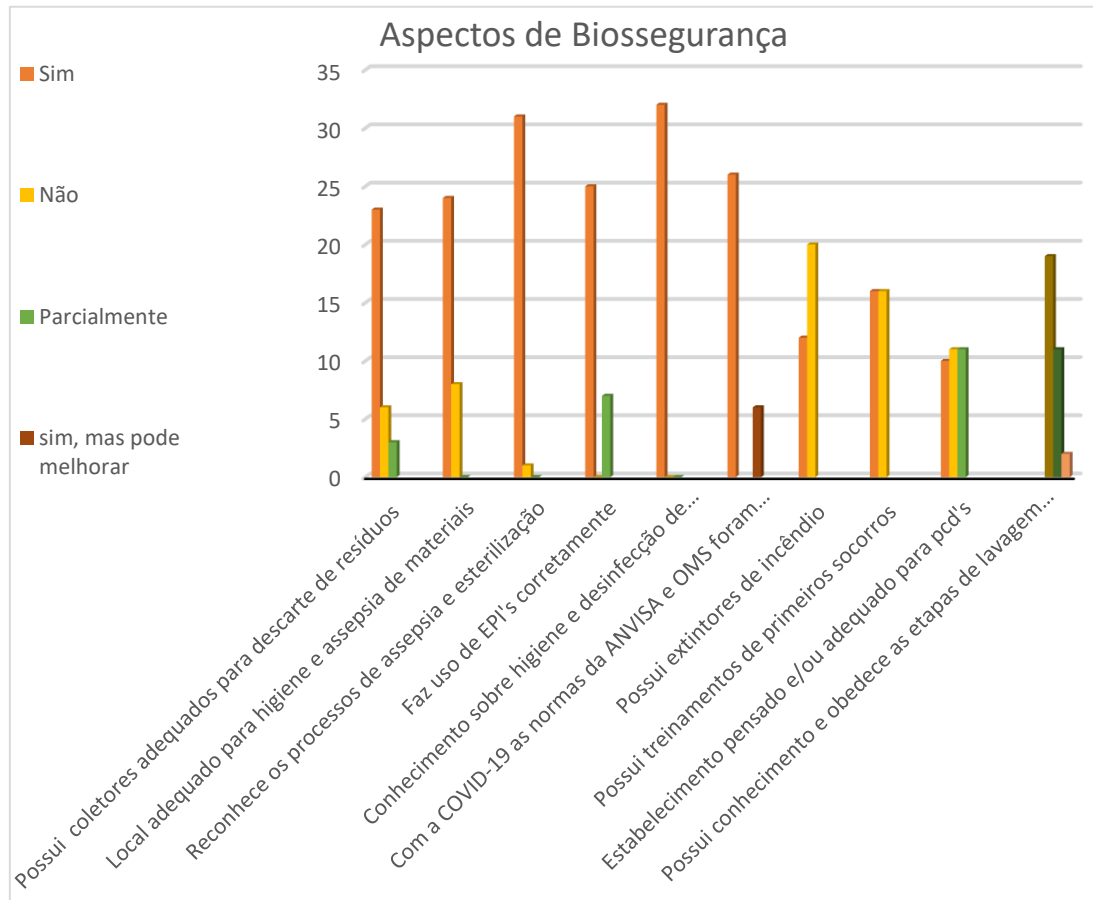
59% possuem conhecimento e obedecem às etapas de lavagem das mãos segundo orientações da ANVISA e 81% mantiveram os procedimentos com mais rigor com a chegada da pandemia;

34% não possuem espaços pensados para pessoas com deficiência;

Para Ferreira e colaboradores (2016), alguns aspectos relacionados a falhas no cumprimento integral da biossegurança e a ao número de profissionais não formalizados se devem a inexistência de um conselho de classe.

Os resultados quanto aos aspectos de biossegurança demonstraram em média que 60% conhecem e obedecem aos protocolos de biossegurança, porém ainda há que aumentar, tendo em vista que a segurança do profissional e cliente são de interesse da saúde pública.

Gráfico 7- Aspectos de Biossegurança



Fonte: Do autor

A última questão sobre as percepções que os empreendedores têm sobre seu próprio negócio é possível verificar que 31% não possuem nenhum tipo de formalização, entretanto, 53% dos participantes têm a percepção de que a formalização do negócio próprio contribui para elevar seu nível empreendedor. Esse resultado da pesquisa pode ser justificado conforme Ferreira et.al (2016) descreve que a ausência de exigências na formalização pode estar relacionada a ausência de um órgão de classe, com finalidade regulamentadora e fiscalizadora.

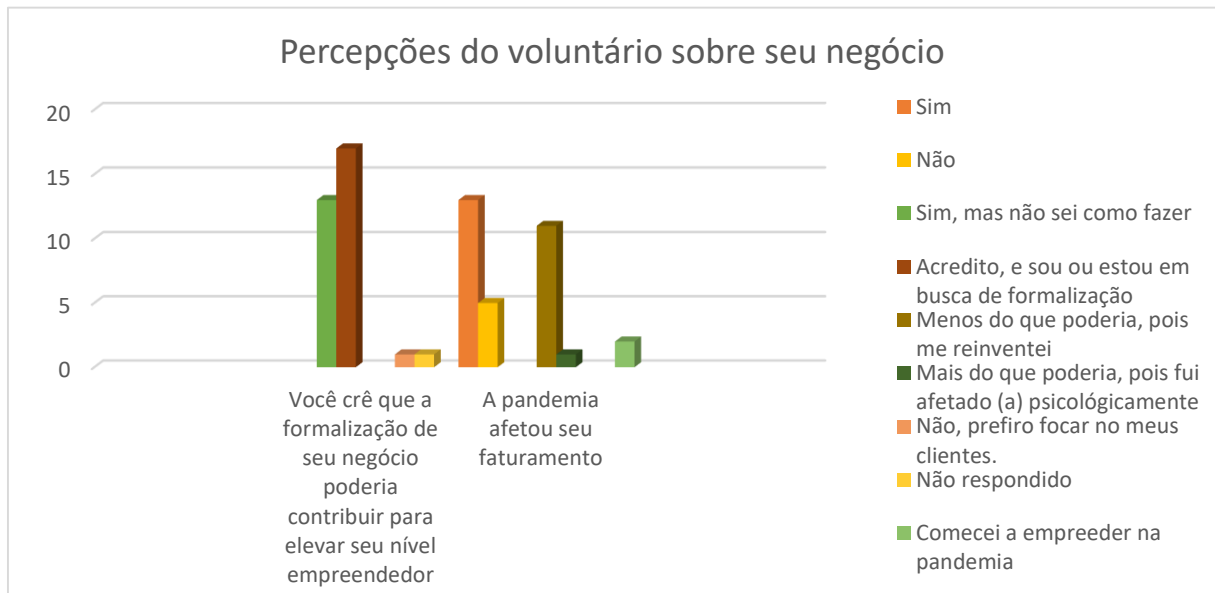
Ferreira (2016) em seu estudo com 169 estudantes e profissionais de estética, demonstrou que parte da amostra estudada desconhece a definição do termo “conselho de classe”, o que justifica o número de profissionais que sequer buscam formalização por ignorância dos fatos.

A Lei nº 13.643, de 3 de abril de 2018 que consiste em único documento que regulamenta a profissão de Esteticista, não aborda em nenhum de seus artigos qualquer orientação sobre a formalização profissional, este dado reafirma o achado

do presente estudo em que parte da amostra não possui qualquer formalização de sua natureza jurídica.

Em seu art. 8º, a Lei da Esteticista ressalta que “O Esteticista deve cumprir e fazer cumprir as normas relativas à biossegurança e à legislação sanitária”, porém não há maiores detalhes que norteiem o profissional e este fato justifica alguns profissionais desconhecerem os parâmetros adequados de biossegurança e implementá-los em seus locais de trabalho. Outro questionamento é que a fiscalização das práticas de profissionais fica estritamente sob responsabilidade da Vigilância Sanitária do município, o que sinaliza novamente a necessidade de um conselho de classe.

Gráfico 8- Percepções sobre o próprio negócio



Fonte: Do autor

Diante dos estudos realizados e os dados apresentados pela pesquisa é possível concluir que dentre os pesquisados, 62% afirmaram ser tecnólogos em estética na pesquisa sobre a formação profissional, o que indica um bom índice de formação quanto a especificidade da área de estética. Esse dado corrobora com SEBRAE (c2022) em que cita que o empreendedor deve estar atento para especialização profissional que vem ocorrendo nesse segmento devido ao aumento da oferta de cursos superiores tecnólogos em estética, beleza e cosmetologia. Com isso, a qualidade dos serviços vem apresentando avanços significativos e novos empreendedores com bom nível de conhecimento estão entrando no mercado.

Logo, ao retomar o problema de pesquisa: os índices de formalização dos profissionais são baixos e os aspectos relacionados ao empreendedorismo são desconhecidos por parte da classe atuante na saúde estética?

Os resultados da pesquisa mostraram que os índices de formalização dos profissionais da estética do município de Bauru não são baixos, tendo em vista que, 53% são microempreendedores e 3% apontaram possuir uma Empresa de Pequeno Porte. Nesse sentido, conclui-se que 56% são formalizados e com a ascensão do mercado de estética no Brasil e a criação de leis que regulamentam a profissão de esteticista é possível pontuar a tendência do crescimento da qualificação em virtude do conhecimento e conscientização das especificidades deste empreendimento.

Há de se destacar ainda, os aspectos relacionados ao empreendedorismo não são desconhecidos por parte da classe atuante na saúde estética. Esta afirmação está baseada nos dados de pesquisa em que 41%% dos entrevistados responderam que a formalização de seu negócio contribui para elevar o nível empreendedor do seu negócio e 53% apontaram que são favoráveis e acreditam nos benefícios que a formalização traria e estão em busca dessa formalização

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando que o empreendedorismo está intrinsecamente ligado a criação e inovação e o número crescente de empreendedores no Brasil faz-se necessário que os profissionais e aspirantes da saúde estética possuam conhecimentos bases da área em que estão inseridos.

Assim, o problema desta pesquisa foi verificar se os índices de formalização dos profissionais eram baixos e os aspectos relacionados ao empreendedorismo eram desconhecidos pelos trabalhadores da estética.

Os dados da pesquisa sobre o perfil empreendedor mostraram que os índices de formalização dos profissionais em saúde estética no município de Bauru apontados pela amostra de entrevistados é de 53% demonstrando que o índice não é baixo. Para além disso, os índices apontados na discussão de resultados no tocante ao conhecimento dos aspectos relacionados ao empreendedorismo por parte da classe atuante na saúde estética são altos, mostrando que há um elevado conhecimento sobre tais aspectos e que estão buscando cada vez mais a formalização e qualificação, bem como, grande parte dos profissionais formalizados escolheram Microempreendedor Individual MEI como natureza jurídica.

Em resumo, evidenciou-se diversos tipos de perfis empreendedores, formalização, tipos de atendimentos e as dificuldades de formalização que encontram devido à falta de órgão fiscalizador.

Ressalta-se que, devido a escassez de estudos que abordam este tema sugere-se a realização de mais pesquisas com problematizações semelhantes e complementares a fim de procurar por soluções que se adaptem a cada perfil.

A análise do perfil foi o caminho encontrado para romper, mesmo que lentamente, porém contínua, os índices de informalização devido a sua natureza.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1993.

ADOXY MEDICAL. [Mercado de Estética: a história contada pelas mulheres | Adoxy](#). Acesso em 28/08/2022.

BEAUTY FAIR. **Economia, mercado, gestão e digital no Fórum de Gestores Beauty Fair**. Beauty Fair, São Paulo, 18, jun. de 2019. Disponível em: <[BAYER, Raymond. **História da estética**. \[S. l.\]: Estampa, 1995](https://www.beautyfair.com.br/economia-mercado-gestao-e-digital-no-forum-de-gestores-de-saloes/#:~:text=De%20acordo%20com%20pesquisa%20encomendada,mais%20de%201%2C%201%20milh%C3%A3o.>. Acesso em 21 mar.de 2021.</p>
</div>
<div data-bbox=)

BRASIL. Lei nº 13.643, de 3 de abril de 2018. **Regulamentação das profissões de Esteticista, que compreende o Esteticista e Cosmetólogo, e de Técnico em Estética**. Brasília, DF, abr. 2018.

BRUNI, A. L; FAMÁ, R. **Gestão de custos e formação de preços**. São Paulo: Atlas, 2002.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Decreto-lei nº 13.643, de 3 de abril de 2018**. Regulamenta as profissões de Esteticista, que compreende o Esteticista e Cosmetólogo, e de Técnico em Estética. Diário oficial da união, 4 abr. 2018.

CARDOSO, Estela. Harmonia facial: a busca do equilíbrio. **Vida e estética**, 2006

CARVALHO, S. M. S.; MARTIN, A. R.; DANTAS, A. A.; CARVALHO, F. Z.; MAZZEI, D. F. **Pensamento Empreendedor, uma Alternativa para a Internalização do Empreendedorismo**. Cadernos de Prospecção, [S. l.], v. 12, n. 5, p. 1292, 2019. DOI: 10.9771/cp.v12i5.32930. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/32930>. Acesso em: 8 set. 2022.

CHIES, Jane. Estética: as questões principais da estética, desde a antiguidade até hoje. 2008. Disponível em: <http://knol.google.com/k/est%C3%A9tica#>. Acesso em 15/08/2022

[Como montar um centro de estética.pdf \(sebrae.com.br\)](#). Acesso em 15/08/2022.

D'ANGELO, Janet. **Fundamentos de estética: Orientações e negócio**. 10. ed. [S. l.]: Cengage Learning, 2001

DESENVOLVIMENTO da indústria de perfumaria foi significativo nas últimas duas décadas. [S. l.], 6 out. 2022. Slides.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 6ª edição, 2000.

ECO, U. **História da beleza**. [S. l.]: Record, 2004. 434 p. ISBN ISBNBS 01 06852-4.

[Com mercado promissor, cresce demanda por graduação em estética - \(esteticaemercado.com.br\)](http://esteticaemercado.com.br). Acesso em 15/08/2022

FERREIRA, A. G.; SILVA, C. C. T.; LUZ, E. C.R.; MENDES, B.; PINHEIRO, F. A. M. **Importância da criação do conselho de estética e cosmética**: Fortalecendo a profissão. [2016] Recuperado de <http://www.repositorio.unincor.br/search?query=import%C3%A2ncia+da+cria%C3%A7%C3%A3o+do+conselho+de+est%C3%A9tica>. Acesso em: 20 mar. de 2021

Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020. 200 p. : il.

GUIA DA CARREIRA. [Cursos de Estética e Cosmética em Bauru - SP | Guia da Carreira](http://www.guiadacarreira.com.br/cursos-e-faculdades/sao-paulo--bauru/estetica-e-cosmetica?k=presencial&l=gradua%C3%A7%C3%A3o). c, 2021. Disponível em: < <https://www.guiadacarreira.com.br/cursos-e-faculdades/sao-paulo--bauru/estetica-e-cosmetica?k=presencial&l=gradua%C3%A7%C3%A3o>.> Acesso em 23 mar. de 2021. LISANDRE Kipper, Empreendedorismo e medicina estética, 2010. Disponível em <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8158/AGUILAR%20LISANDRE%20KIPPER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 05/09/2022.

INVESTE SP. [Mercado de beleza cresce no Brasil durante a pandemia | InvesteSP](https://www.investe.sp.gov.br). <https://www.investe.sp.gov.br> Acesso em 13/08/2022

KIPPER, Lisandre. **Empreendedorismo e medicina estética**, [s. l.], 6 out. 2022. Acesso em: 05/04/2022

MARTES, A. C. B. **Weber e Schumpeter**: a ação econômica do empreendedor. *Reverendo Econ. Polit.* [online]. 2010, vol.30, n.2 [citado 2021-03-23], pp.254-270. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-3157201000020005&lng=en&nrm=iso>. ISSN 0101-3157. <https://doi.org/10.1590/S0101-3157201000020005>.>. Acesso em [23/mar/2021](https://doi.org/10.1590/S0101-3157201000020005).

OLIVEIRA, Isaac de e BUSINARI, Maurício. Pandemia leva desempregados a abrir negócio por necessidade, não vocação. Junho de 2021. Disponível em <https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2021/06/29/pandemia-leva-desempregados-empreender-por-necessidade.htm>>. Acesso em: 23/03/2022

RUSENHAK, C. História e evolução: A história da estética. *In: História e evolução: A história da estética*. Blog Leviter, 3 out. 2020. Disponível em: <https://leviter.com.br/2020/10/03/a-historia-da->

APÊNDICE A- Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Título do Projeto: Perfil Empreendedor Do Profissional Atuante Na Saúde Da Estética Em Bauru-São Paulo

Pesquisador responsável: Profa. Me.Gabriela de Souza Canata Rodrigues -Telefone: (18) 99793-4912

Local em que será desenvolvida a pesquisa: Centro Universitário do Sagrado Coração (UNISAGRADO)

O empreendedorismo em estética e a formalização dos profissionais se faz importante para melhorar sua atuação, a segurança do cliente e pode impactar positivamente no faturamento.

Você está sendo convidada a participar de uma pesquisa sobre o perfil empreendedor do profissional de estética.

Para isto, você será avaliado por meio de questionário. Fica claro que este estudo

pode oferecer riscos mínimos de constrangimento e desconforto ao responder as questões. Caso você se sinta incomodado com as questões poderá interromper o preenchimento do questionário e desistir de sua participação. O questionário compreende questões sobre sua identificação pessoal, atuação profissional na área da estética, escolaridade, dados sociodemográficos, registro de MEI (microempreendedor individual) ou outra modalidade de pessoa jurídica, local de atuação. Será verificado também se o estabelecimento cumpre as normas de regulamentação governamental e se a biossegurança es em conformidade. O sigilo das informações prestadas por você será mantido em todos os momentos pelos pesquisadores.

Este estudo poderá oferecer contribuição para elevar o nível de formalização dos profissionais e melhorar o perfil empreendedor dos atuantes em estética.

Os voluntários desse estudo não terão custos para participar desta pesquisa.

Toda informação prestada será confidencial e sua identidade não será revelada em nenhuma publicação desta pesquisa.

Consentimento Voluntário.

Eu certifico que li ou foi-me lido o texto de consentimento e entendi seu conteúdo.

Uma cópia deste formulário me será fornecida. Minha assinatura demonstra que concordei livremente em participar deste estudo.

Assinatura do participante da pesquisa:Data:.....

Assinatura do Pesquisador Responsável:.....Data:.....

Apêndice B- Questionário De Coleta De Dados- Projeto Gestão E Empreendedorismo Para Negócios Em Estética.

QUESTIONÁRIO DE PERFIL EMPREENDEDOR

Nome Do Profissional:

Endereço:

Telefone:

Idade:

Data Da Coleta:

Tempo de atuação na área (em anos):

1- Formação Profissional:

() Técnico Em Estética

() Tecnólogo Em Estética

() Outro. Especifique:

2- Nível De Escolaridade:

- Nível Médio
- Graduação
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutorado

3- Atuação:

- Atendimento Domiciliar
- Atendimento em cabine de estética
- Atendimento em clínicas multiprofissionais
- Salão de beleza
- Outro. Especifique: _____

4- Formalização:

- Micro Empreendedor Individual (MEI)
- Empresa de Pequeno Porte (EPP)
- Outro. Especifique:

5- Aspectos de Gestão:

Possui assessoria contábil?

- Sim () Não

6- Faz controle mensal de custos e despesas?

18

- Sim () Não

7- Caso faça controle, possui um documento (planilha) para inserção destes dados?

- Sim () Não () Não se aplica

8- Sabe o que é plano de negócios?

- Sim () Não

9- Possui plano de negócios?

- Sim () Não

10-Contrata serviços de marketing para promoção do seu negócio/trabalho?

- Sim () Não () Eu mesmo faço.

Aspectos de Biossegurança:

11-Possui coletores adequados para descarte de resíduos (caixa de

descarte de perfuro-cortantes, lixo branco destinado a resíduos infectantes e lixo comum?

Sim Não Parcialmente

12-Possui espaço adequado para higiene e assepsia de utensílios e materiais (Pia devidamente organizada e produtos/acessórios apropriados para a desinfecção)?

Sim Não

13-Reconhece os processos adequados de assepsia e esterilização?

Sim Não

14-Possui conhecimento e obedece as etapas de lavagem das mãos preconizados pela ANVISA?

Conheço, mas nem sempre lembro de seguir rigorosamente

Conheço e sigo todas as etapas

Conheço, mas preciso de maiores esclarecimentos

15-Utiliza paramentação de acordo com os procedimentos oferecidos (avental, avental descartável, touca, luvas descartáveis, máscara descartável, óculos de proteção ou face shield, calçados fechados e cabelo preso)?

Utilizo

Nem sempre utilizo todos estes EPIs

16-Tem conhecimento sobre higiene e desinfecção (quais produtos corretos utilizar e técnicas de execução) de superfícies como macas, mocho, carrinho auxiliar?

Sim Não

Outras informações:

17-Você acredita que a formalização de seu negócio poderia contribuir para elevar seu nível empreendedor?

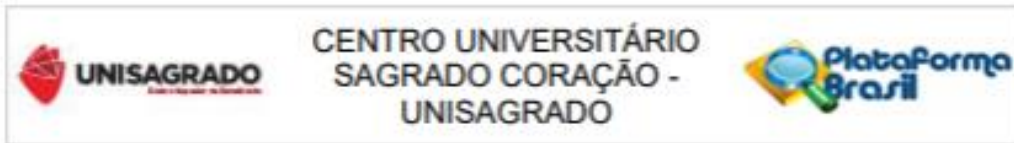
Não

Muito pouco, prefiro focar em atender meus clientes

Sim, acredito mas não sei como fazer

Sim acredito e já sou formalizado ou estou em busca de formalização

ANEXO A- PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: PERFIL EMPREENDEDOR DO PROFISSIONAL ATUANTE NA SAÚDE DA ESTÉTICA EM BAURU-SÃO PAULO

Pesquisador: Gabriela de Souza Canata Rodrigues

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 44879121.5.0000.5502

Instituição Proponente: Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: [4.625.567](#)

Apresentação do Projeto:

Pesquisa de campo de caráter quantitativo e qualitativo, com profissionais atuantes na área da saúde estética, participantes do projeto de extensão Gestão e Empreendedorismo para Negócios em Estética do Centro Universitário do Sagrado Coração (UNISAGRADO), no município de Bauru, que responderão a um questionário elaborado pelos autores contendo "informações como identificação pessoal, atuação profissional na área da estética, escolaridade, dados sociodemográficos, registro de MEI (microempreendedor individual) ou outra modalidade de pessoa jurídica, local de atuação. Será verificado também se o estabelecimento cumpre as normas de regulamentação governamental e biossegurança."

Objetivo da Pesquisa:

Analisar o perfil empreendedor e o nível de formalização dos profissionais que atuam em saúde estética no município de Bauru.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

As autores acataram as sugestões deste Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos e inseriram no TCLE e no corpo do projeto o tipo de risco. Portanto, o texto foi alterado para: "Serão informados aos participantes os riscos mínimos de constrangimento ou desconforto ao responder os questionamentos. Caso isso ocorra o participante poderá imediatamente interromper sua participação. Também será esclarecido os benefícios de sua participação que estão relacionados a

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Bairro: Rua Imã Armanda Nº 10-50 **CEP:** 17.011-160
UF: SP **Município:** BAURU
Telefone: (14)2107-7260 **E-mail:** cep@unisagrado.edu.br



Continuação do Parecer: 4.625.567

melhoria dos processos regulamentação e gerenciamento dos locais de prestação de serviços estético. Será mantido o sigilo absoluto sobre a identificação dos participantes, assim como, do seu local de trabalho, nas eventuais publicações desta pesquisa.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Após os ajustes realizados o projeto não possui impedimentos éticos.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Todos os termos obrigatórios foram apresentados.

Recomendações:

Não há recomendações.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Não há pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB INFORMAÇÕES BÁSICAS DO PROJETO_1723117.pdf	31/03/2021 10:51:31		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	IC_REBECA_BROCHURA.pdf	31/03/2021 10:50:29	Gabriela de Souza Canata Rodrigues	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_REBECA_ATUALIZADO.pdf	31/03/2021 10:45:33	Gabriela de Souza Canata Rodrigues	Aceito
Folha de Rosto	FOLHA_ROSTO_REBECA_ROSSI.pdf	24/03/2021 17:48:07	Gabriela de Souza Canata Rodrigues	Aceito
Orçamento	ORCAMENTO_REBECA_ROSSI.pdf	24/03/2021 17:33:15	Gabriela de Souza Canata Rodrigues	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA_REBECA_ROSSI.pdf	24/03/2021 17:30:36	Gabriela de Souza Canata Rodrigues	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Endereço: Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
 Bairro: Rua Irmã Arminda Nº 10-00 CEP: 17.011-160
 UF: SP Município: SAURU
 Telefone: (14)2107-7200 E-mail: cep@unisagrado.edu.br