ÁREA TEMÁTICA: Administração de Empresas
DOI: https://doi.org/10.12660/fgvric.v7.n1.93607

EMPREENDEDORISMO FEMININO SUSTENTÁVEL: ECONOMIA CIRCULAR NO SETOR DE BELEZA BRASILEIRO

Nome da autora: Luma do Vale Palmeira
Nome da orientadora: Vittoria Loviscek

RESUMO
O empreendedorismo feminino é central no segmento de micro e pequenos negócios de beleza no Brasil, mas desenvolve-se sob restrições de gênero, tempo e recursos. Este estudo analisa como mulheres empreendedoras do setor percebem e aplicam práticas de sustentabilidade e economia circular, identificando desafios e oportunidades para sua adoção. Adotou-se abordagem qualitativa e exploratória, com entrevistas semiestruturadas com 30 empreendedoras, submetidas à análise temática. Os resultados indicam que a compreensão de sustentabilidade é restrita ao descarte de resíduos e dissociada da gestão do negócio, que a sobrecarga de papéis limita o tempo de planejamento estratégico e que as principais barreiras — custo, falta de informação e ausência de orientação prática — são culturais e institucionais, não tecnológicas. Ainda assim, muitas participantes já adotam práticas circulares de forma intuitiva e demonstram interesse por capacitação e redes de apoio. Conclui-se que a dimensão social é condição para a aplicabilidade da economia circular entre microempreendedoras.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; economia circular; sustentabilidade; setor de beleza.

ABSTRACT
Women's entrepreneurship is central to Brazil's micro and small beauty business segment, yet it develops under constraints of gender, time, and resources. This study analyzes how women entrepreneurs in the sector perceive and apply sustainability and circular economy practices, identifying challenges and opportunities for their adoption. A qualitative, exploratory approach was adopted, based on semi-structured interviews with 30 entrepreneurs, examined through thematic analysis. The results indicate that the understanding of sustainability is restricted to waste disposal and dissociated from business management, that role overload limits time for strategic planning, and that the main barriers — cost, lack of information, and absence of practical guidance — are cultural and institutional rather than technological. Nevertheless, many participants already adopt circular practices intuitively and express interest in training and support networks. The study concludes that the social dimension is a condition for the applicability of the circular economy among micro-entrepreneurs.

Keywords: women's entrepreneurship; circular economy; sustainability; beauty sector.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem assumido um papel central na estrutura produtiva brasileira, especialmente no segmento de micro e pequenos negócios, nos quais mulheres representam uma parcela significativa dos empreendedores. De acordo com um estudo do Sebrae, mulheres representam cerca de 47% dos microempreendedores no Brasil (Sebrae, 2024), com uma predominância de microempreendedoras individuais (MEI) e uma forte concentração em setores de serviços e consumo, como beleza e cuidados pessoais.

Esses dados, apesar de parecerem simples, evidenciam a realidade de milhares de brasileiras, as quais praticam o empreendedorismo de subsistência, ou seja, elas empreendem por necessidade, não por oportunidade. Isso significa que os seus negócios são voltados à geração de renda imediata, estabilidade financeira e complementaridade da renda familiar, resultando em uma baixa margem para investimento, inovação e risco. Tanto isso é verdade que um estudo demonstra que apenas 4,7% das startups brasileiras são fundadas por mulheres (Female Founders Report, 2021).

O fato é que empresas fundadas por mulheres empregam 2,5x mais mulheres, apresentam melhor diversidade interna e têm evidências de melhor performance econômica (Female Founders Report, 2021). Apesar disso, no momento em que mais precisam de apoio – início da sua jornada empreendedora – elas encontram barreiras significativas que impedem o seu avanço. O acesso a crédito é uma das mais evidentes: 38,8% das empreendedoras relatam dificuldade nesse quesito e, segundo a Rede Mulher Empreendedora (RME), 42% tiveram solicitações negadas em 2021, em decorrência de fatores como preconceitos de gênero e ausência de garantias ou histórico de crédito (Female Founders Report, 2021; Sebrae, 2024). Soma-se a isso a sobrecarga de trabalho doméstico e de cuidado, uma vez que mulheres dedicam 24% mais tempo que os homens em tarefas domésticas (Female Founders Report, 2021), o que se traduz em restrições concretas à gestão do negócio. O resultado se mostra nos dados: microempreendedoras dedicam, em média, 17% menos tempo aos seus empreendimentos do que os homens (Sebrae, 2024).

O empreendedorismo feminino brasileiro desenvolve-se, portanto, sob restrições estruturais que limitam o crescimento, a inovação e a adoção de estratégias de gestão mais sofisticadas. Nesse contexto, o acesso a práticas de sustentabilidade e economia circular torna-se ainda mais difícil, uma vez que tais práticas demandam planejamento de médio e longo prazo, investimento inicial elevado e informações técnicas específicas — recursos escassos para a maioria das microempreendedoras brasileiras (Kirchherr et al., 2018).

Nos últimos anos, a economia circular tem sido amplamente debatida nos fóruns acadêmicos como uma alternativa ao modelo tradicional de produção e consumo, ao propor a redução de resíduos, a reutilização de materiais e a regeneração de recursos naturais (Geissdoerfer et al., 2017). Entretanto, grande parte dessas discussões e práticas está ancorada na realidade de empresas de maior porte (Bocken et al., 2016), o que levanta questionamentos relevantes acerca de sua aplicabilidade em micro e pequenos negócios, especialmente aqueles inseridos em setores intensivos em consumo, como o de beleza.

Vamos precisar fazer um parágrafo de diferenciação entre sustentabilidade e EC. É importante destacar que economia circular e sustentabilidade não são sinônimos. Enquanto sustentabilidade refere-se a um conceito amplo que abrange dimensões ambientais, econômicas e sociais, a economia circular constitui um subconjunto da sustentabilidade com foco predominante nas dimensões econômica e

ambiental (Geissdoerfer et al., 2017). Assim, a economia circular é uma estratégia operacional para a sustentabilidade, centrada na redução de resíduos e na otimização de recursos, mas que frequentemente deixa em segundo plano aspectos sociais fundamentais, particularmente desigualdades de gênero.

Nesse contexto, torna-se pertinente investigar de que forma mulheres empreendedoras percebem e implementam a sustentabilidade e a economia circular em seus negócios, bem como identificar os fatores que dificultam ou, ao contrário, favorecem a adoção desses modelos. Assim, esta pesquisa busca responder à seguinte questão: quais são os principais desafios e oportunidades para a implementação de modelos de economia circular em micro e pequenas empresas de beleza lideradas por mulheres no Brasil?

O estudo procura deslocar o debate sobre economia circular de uma abordagem normativa e abstrata para uma análise contextualizada, sensível às restrições econômicas, sociais e institucionais dessas empreendedoras.

Dessa forma, o objetivo deste estudo é analisar a percepção e a aplicação de práticas relacionadas à sustentabilidade e à economia circular por mulheres empreendedoras do setor de beleza, considerando os desafios e as oportunidades presentes no contexto brasileiro. Para alcançar esse objetivo, adota-se uma abordagem qualitativa, baseada na realização de entrevistas semiestruturadas com mulheres empreendedoras, buscando compreender suas experiências, práticas e estratégias cotidianas. Ao articular os achados empíricos com a literatura sobre empreendedorismo feminino e economia circular, o estudo pretende contribuir para uma compreensão mais realista e aplicada do tema, oferecendo subsídios para a formulação de políticas públicas, programas de capacitação e iniciativas de apoio mais alinhadas às necessidades das microempreendedoras.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

As trajetórias de negócios liderados por mulheres apresentam particularidades que abordagens centradas apenas em fatores econômicos ou mercadológicos não captam: organização familiar, normas sociais e ambiente institucional influenciam diretamente suas decisões, estratégias e possibilidades de crescimento. Diante dessa especificidade, Brush et al. (2009) propõem o modelo dos 5M's, que amplia os determinantes tradicionais do empreendedorismo (*management, money, e market*) pela incorporação de duas esferas críticas: *motherhood* e ambiente meso/macro. Esse modelo reconhece que fatores estruturais – como a responsabilidade desproporcional das mulheres sobre cuidados familiares e as limitações institucionais – são tão relevantes quanto os recursos empresariais convencionais para explicar trajetórias empreendedoras femininas.

O *motherhood* remete ao papel familiar das mulheres como principais cuidadoras, ao passo que o ambiente meso/macro abrange estruturas legais, políticas públicas, instituições de crédito e expectativas sociais que limitam ou expandem seu espaço como empreendedoras. Essa dimensão institucional se manifesta, por exemplo, na ausência de creches — que sobrecarrega mães empreendedoras — e no acesso desigual a programas de aceleração: embora startups fundadas por mulheres representassem 4,7% do ecossistema em 2020, apenas 0,04% do capital aportado foi direcionado a elas (Female Founders Report, 2021).

Diante dessas restrições, a economia circular emerge na literatura como alternativa estratégica para otimizar recursos, reduzir custos e agregar valor simbólico a pequenos negócios com escassez de recursos, tempo e financiamento. Trata-se de um braço da sustentabilidade de foco operacional, cujos princípios incluem a redução

do uso de materiais e energia, a reutilização e extensão da vida útil de produtos, a reciclagem de resíduos como insumos e a inovação em modelos de negócio (Geissdoerfer et al., 2017).

No entanto, apesar de seu potencial teórico e prático, a implementação da economia circular enfrenta desafios significativos. A literatura aponta que, além das dificuldades técnicas, existem entraves de natureza cultural, econômica e institucional que limitam sua adoção, especialmente por micro e pequenos negócios. Kirchherr et al. (2018) destacam que as principais barreiras à economia circular não são tecnológicas, mas sim culturais, como a baixa conscientização dos consumidores e a resistência organizacional à mudança, além de fatores de mercado, como os baixos preços de matérias-primas virgens, que desincentivam modelos circulares.

Lieder e Rashid (2015) acrescentam que a economia circular tende a fracassar quando percebida como restrição normativa, e não como oportunidade econômica: sua viabilidade depende da integração entre design de produtos, modelos de negócio, incentivos claros e coordenação entre governos, empresas e consumidores — sem a qual as iniciativas permanecem pontuais e de difícil escalabilidade.

Do ponto de vista conceitual, é importante destacar que a economia circular não se confunde com a sustentabilidade em seu sentido amplo. Geissdoerfer et al. (2017) argumentam que a economia circular deve ser compreendida como um subconjunto da sustentabilidade, com foco predominante nas dimensões econômica e ambiental, frequentemente deixando em segundo plano aspectos sociais. Essa limitação é particularmente relevante no contexto do empreendedorismo feminino, uma vez que as barreiras enfrentadas pelas mulheres empreendedoras extrapolam a lógica da eficiência produtiva e envolvem desigualdades estruturais de gênero.

Assim, a aplicação de modelos de economia circular que desconsideram as especificidades de gênero tende a apresentar resultados limitados.

No contexto brasileiro, tais limitações tornam-se ainda mais evidentes. Azevedo (2015) aponta que o país não possui uma economia circular institucionalizada, sendo a logística reversa o principal instrumento legal relacionado ao tema – cuja aplicação, restrita a setores específicos e dependente de acordos setoriais voluntários, resulta em apenas uma parcela mínima dos resíduos sólidos retornando à cadeia produtiva. Soma-se a isso a carência de políticas públicas específicas e coordenadas (Silva et al., 2021): as iniciativas existentes são fragmentadas e majoritariamente impulsionadas pela sociedade civil ou empresas privadas, sem articulação sistêmica entre os níveis macro, meso e micro, limitando a difusão de práticas circulares, especialmente entre microempreendedoras.

Dessa forma, observa-se que a adoção da economia circular por mulheres empreendedoras ocorre em um contexto marcado por restrições estruturais de gênero, limitações de tempo e recursos, além de um ambiente institucional pouco favorável. Essas condições reforçam a necessidade de compreender a economia circular não apenas como uma estratégia ambiental, mas como um fenômeno socialmente situado, cujas possibilidades e limites são diretamente influenciados pelas desigualdades existentes no ecossistema empreendedor brasileiro.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa é caracterizada como qualitativa, de natureza exploratória e tem como objetivo compreender como mulheres empreendedoras do setor de beleza percebem e incorporam práticas relacionadas à sustentabilidade e à economia circular em seus negócios. Essa abordagem é adequada para a compreensão de situações sociais complexas, especialmente quando o objetivo é compreender

percepções, práticas e barreiras enfrentadas por determinados grupos sociais, como é o caso das micro e nano-empreendedoras diante da implementação de práticas de economia circular (Creswell, 2010). Ela permite a análise aprofundada do contexto, das experiências e das percepções das participantes, aspectos que não podem ser plenamente entendidos por métodos quantitativos.

3.1 Procedimentos de Coleta de Dados

A coleta foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com mulheres empreendedoras do setor de beleza. O instrumento foi escolhido por combinar perguntas previamente definidas com a liberdade de aprofundar temas relevantes emergentes ao longo das conversas (Reissner and Whittle, 2022).

Foram conduzidas 30 entrevistas no período de julho a agosto de 2025, todas realizadas de forma remota via plataforma digital, conforme a disponibilidade das participantes. Cada entrevista teve duração média de 45 minutos. Todas as entrevistas foram gravadas em vídeo – com autorização das entrevistadas – e posteriormente transcritas na íntegra, garantindo maior fidelidade aos dados coletados.

As entrevistas abordaram tópicos relacionados à trajetória empreendedora, organização do negócio, percepção sobre sustentabilidade, práticas ambientais adotadas e dificuldades enfrentadas. Elas foram realizadas em período previamente definido, de forma remota, conforme a disponibilidade das participantes, e registradas por meio de anotações e gravações, quando autorizado, garantindo maior fidelidade ao que foi conversado.

3.2 Perfil das Participantes e Critérios de Seleção

As participantes da pesquisa foram selecionadas de forma intencional, considerando critérios previamente estabelecidos: apresentavam idades entre 25 e 55 anos e seus negócios abrangiam diferentes segmentos do setor de beleza, incluindo salões de beleza, estética, maquiagem e cosméticos naturais. Todas elas são empreendedoras de pequenos negócios, atuantes no setor de beleza e exercem papel ativo na gestão de seus empreendimentos, estando diretamente envolvidas nos processos decisórios e operacionais do negócio. O processo de seleção foi realizado com apoio de três organizações que trabalham com mulheres empreendedoras: Rede Mulher Empreendedora (RME), Consulado da Mulher e WeConnect, as quais conectaram as pesquisadoras às empreendedoras.

A participação das entrevistadas foi voluntária, assegurando-se o anonimato e a confidencialidade das informações fornecidas.

3.3 Procedimentos de Análise de Dados

Os dados foram analisados por meio de análise temática (Braun & Clarke, 2006), buscando identificar padrões e temas recorrentes nas entrevistas realizadas. Inicialmente, foi feita a leitura integral das transcrições, seguida da organização e codificação dos dados.

A construção das categorias de análise combinou um movimento dedutivo e indutivo. De um lado, foram considerados os conceitos discutidos no referencial teórico, especialmente aqueles relacionados ao empreendedorismo feminino e à economia circular; de outro, foram incorporados os temas que emergiram das narrativas das participantes ao longo da análise.

Esse procedimento possibilitou identificar aspectos como as barreiras enfrentadas pelas empreendedoras, as estratégias adotadas para o desenvolvimento dos negócios, as práticas relacionadas à economia circular e os desafios institucionais

presentes no contexto investigado. A partir dessas categorias, os resultados foram interpretados à luz da literatura, buscando estabelecer um diálogo entre os dados empíricos e os referenciais teóricos do estudo.

4. RESULTADOS

A análise das entrevistas realizadas com 30 mulheres empreendedoras do setor de beleza permitiu identificar padrões recorrentes relacionados ao perfil dos negócios, às motivações de cada mulher para o empreendedorismo, às principais barreiras enfrentadas no cotidiano empresarial e às percepções sobre sustentabilidade e economia circular. Os resultados foram organizados em categorias temáticas, conforme descrito a seguir.

4.1 Perfil dos Empreendimentos e Trajetória Empreendedora

Os empreendimentos analisados caracterizam-se exclusivamente como micro ou nanoempresas, frequentemente registradas como Microempreendedoras Individuais (MEI). As entrevistadas atuam em segmentos como salões de beleza, estética, maquiagem, cosméticos naturais e produtos de cuidado pessoal, com forte dependência do trabalho direto da própria empreendedora.

Grande parte das participantes começou a empreender por necessidade, tendo relatado ter iniciado o negócio após experiências de instabilidade no mercado de trabalho formal ou como alternativa à falta de oportunidades compatíveis com suas necessidades pessoais e familiares. Uma das entrevistadas resume essa motivação: “eu vinha de uma carreira em agência, mas estava insatisfeita e queria algo que fizesse mais sentido para o meu momento de vida” (participante 15); outra relata que, “depois que eu fui desligada da empresa, resolvi investir em algo que dependesse mais de mim” (participante 24).

Em busca por autonomia e flexibilidade, essas mulheres decidiram tomar o único caminho que lhes parecia possível: o empreendedorismo, sendo este uma resposta à insatisfação com o emprego anterior ou a necessidade de conciliar trabalho e vida pessoal. Contudo, negócios em fase de desenvolvimento requerem muito tempo e atenção, pois possuem estruturas simples, baixa profissionalização e são dependentes da presença física.

4.2 Sobrecarga de Trabalho e Restrições de Tempo

Um dos temas mais recorrentes relatados nas entrevistas pelas participantes foi a sobrecarga de trabalho, resultante da acumulação de múltiplos papéis sociais. As participantes relataram dificuldades em conciliar as demandas do negócio com atividades domésticas, cuidados com filhos e responsabilidades familiares, o que impacta diretamente o tempo disponível para planejamento estratégico, capacitação e inovação. Como sintetiza uma entrevistada, “a mulher tem que se dividir em mil: é mãe, é esposa, é empreendedora, tudo ao mesmo tempo” (participante 24); nas palavras de outra, “o problema não é só trabalhar no negócio, é chegar em casa e ainda ter tudo para resolver” (participante 14).

Essas restrições de tempo e energia foram mencionadas como fatores que limitam a capacidade das empreendedoras de buscar novas práticas de gestão ou de incorporar iniciativas sustentáveis de forma estruturada.

Observou-se que em muitas das entrevistas, as participantes conciliavam simultaneamente diversas tarefas relacionadas ao cuidado dos filhos ou à manutenção do ambiente de atendimento das clientes. Em alguns momentos, as entrevistadas interrompiam a fala para atenderem às demandas de suas crianças ou realizar atividades domésticas, claramente demonstrando sobreposição de funções.

4.3 Principais Desafios Operacionais dos Negócios

No âmbito operacional, as entrevistadas destacaram como principais desafios a captação e fidelização de clientes, a instabilidade da demanda e a gestão de pessoas, quando aplicável. A dependência de indicações informais e a dificuldade de investir em marketing estruturado foram frequentemente mencionadas, como evidenciam os relatos de que “se não entra cliente, não entra dinheiro. Esse é o maior desafio” (participante 24) e de que “a gente depende muito de indicação. Redes sociais ajudam, mas é difícil manter a constância” (participante 08).

Algumas participantes relataram ainda dificuldades na contratação e retenção de funcionários: a escassez de profissionais qualificados as obriga a assumir seu treinamento, o que demanda tempo e gera custo significativo. Soma-se a isso a informalidade característica do setor, manifesta na contratação eventual, na ausência de processos padronizados e na limitação de controles administrativos.

4.4 Compreensão Limitada Sobre Sustentabilidade

As entrevistas evidenciaram que a compreensão sobre sustentabilidade é, em geral, restrita e pouco aprofundada, de forma que muitas delas veem essas práticas como “boas ações” e não como estratégia de negócios.

A maioria das empreendedoras associa o conceito principalmente ao descarte correto de resíduos e à redução de impactos ambientais diretos, sem relacioná-lo à gestão do negócio ou à economia circular, como resume uma entrevistada: “sustentabilidade, para mim, é descartar lixo de forma correta, sem prejudicar a natureza” (participante 24). Quando a dimensão econômica aparece, é sob a ótica de barreira: “a gente queria embalagens mais sustentáveis, mas elas ficam mais caras” (participante 17).

Essa limitação conceitual faz com que a sustentabilidade seja percebida como distante da realidade dos pequenos negócios e vista como um conjunto de ações isoladas, desvinculadas da gestão e da estratégia. Como consequência, tende a ocupar papel secundário nas decisões, frequentemente postergada frente a prioridades imediatas de sobrevivência financeira.

4.5 Práticas Sustentáveis Adotadas

Cabe destacar que esta seção trata de práticas sustentáveis de forma ampla, e não exclusivamente de economia circular. Conforme discutido no referencial teórico, economia circular é um subconjunto da sustentabilidade com foco nas dimensões econômica e ambiental (Geissdoerfer et al., 2017). As empreendedoras, ao descreverem suas práticas, frequentemente as caracterizavam como ‘sustentáveis’ sem necessariamente relacioná-las a um modelo circular estruturado. Assim, optou-se por manter a denominação ‘práticas sustentáveis’.

Quando questionadas sobre práticas sustentáveis já implementadas, a maioria das participantes relatou ações pontuais e intuitivas, como separação básica de resíduos – “eu separo o lixo comum do reciclável dentro do que dá pra fazer” (participante 14) –, descarte adequado de materiais perfurocortantes e redução de desperdícios quando possível. No entanto, práticas associadas à economia circular, como reutilização sistemática, uso de refis ou redesign de processos, mostraram-se praticamente quase inexistentes: “hoje eu não aplico nada, mas tenho vontade de fazer com os resíduos no futuro” (participante 06).

No entanto, algumas empreendedoras adotaram substituições sustentáveis para insumos tradicionais, sejam elas reutilizáveis ou recicláveis. Algumas das

práticas sustentáveis citadas pelas participantes incluem: redução do desperdício de produtos, uso consciente de água, reutilização de água (se possível), escolhas pontuais de fornecedores sustentáveis, compra de produtos em galões – para distribuição nas embalagens previamente compradas – e reaproveitamento informal de materiais. Uma das participantes ilustra esse reaproveitamento: “é uma folha reciclável, se não molhar, consegue reaproveitar várias vezes” (participante 14).

Conclui-se que, mesmo sem compreender a sustentabilidade como parte estratégica do negócio, essas mulheres já incorporam ao cotidiano práticas alinhadas a ela — ainda que de forma isolada e limitada por restrições de custo, tempo e acesso à informação.

4.6 Barreiras Percebidas na Adoção da Economia Circular

As entrevistas evidenciaram que as principais barreiras para a adoção de práticas sustentáveis e de economia circular estão associadas à falta de informação, ao custo percebido como elevado e à ausência de orientação prática compatível com a realidade dos microempreendimentos. Enquanto as práticas sustentáveis pontuais (como descarte adequado de resíduos) apresentam menor barreira para implementação, a economia circular – que demanda redesign de processos, planejamento estratégico e mudanças estruturadas no modelo de negócio – enfrenta obstáculos significativamente mais complexos. Nesse sentido, a sustentabilidade é percebida como um conceito abstrato, distante e pouco operacionalizável, como sintetiza uma entrevistada: “a principal barreira é não saber por onde começar” (participante 24).

Além disso, as entrevistadas associam com frequência a sustentabilidade a investimentos financeiros elevados, como a aquisição de equipamentos específicos, embalagens diferenciadas ou tecnologias consideradas inacessíveis ao tamanho de seus negócios. Essa percepção contribui para que práticas sustentáveis sejam vistas como incompatíveis com a realidade financeira das microempreendedoras, que priorizam a manutenção da atividade e a geração de renda imediata: “quando falam em sustentabilidade, a gente já pensa em algo caro, fora da nossa realidade” (participante 17).

Outro aspecto recorrente é a ausência de orientações práticas direcionadas aos pequenos negócios. As empreendedoras relataram a inexistência de informações claras, acessíveis e adaptadas ao seu contexto, o que dificulta a implementação de práticas sustentáveis.

4.7 Interesse em Capacitação e Redes de Apoio

Apesar das dificuldades, as entrevistas revelaram alto interesse das empreendedoras em capacitação, especialmente em formatos práticos e acessíveis. O desejo por treinamentos presenciais, troca de experiências e fortalecimento de redes de apoio entre mulheres foi amplamente mencionado, como expressam os relatos: “um curso ajudaria muito, principalmente se fosse algo prático” (participante 14) e “a troca entre empreendedoras é o que mais fortalece” (participante 17).

Esse interesse indica potencial para o desenvolvimento de iniciativas que integrem sustentabilidade, economia circular e apoio ao empreendedorismo feminino de forma contextualizada.

5. DISCUSSÃO

Os achados desta pesquisa confirmam, no contexto das microempreendedoras de beleza brasileiras, que a trajetória empreendedora feminina não pode ser

compreendida a partir de fatores exclusivamente econômicos ou mercadológicos. O predomínio do empreendedorismo por necessidade, iniciado após instabilidade no mercado formal, e a forte dependência do trabalho direto da própria empreendedora dialogam com o modelo dos 5M's de Brush et al. (2009): as esferas de *motherhood* e do ambiente meso/macro mostram-se determinantes para explicar as escolhas e os limites desses negócios, mediando o acesso aos recursos tradicionais de mercado, capital e gestão.

A sobrecarga de trabalho relatada na seção 4.2 é a manifestação mais evidente da dimensão de *motherhood*. A acumulação de papéis de mãe, esposa e empreendedora — observada inclusive durante as próprias entrevistas, quando as participantes interrompiam a fala para atender demandas domésticas — reduz o tempo disponível para planejamento estratégico e inovação. Esse resultado é coerente com Dimova et al. (2006), para quem as diferenças de gênero no mercado de trabalho são mais bem explicadas por características do domicílio do que por capital humano individual ou discriminação direta. A decisão sobre onde e quanto investir no negócio é, portanto, tomada no nível do domicílio, e não apenas no do indivíduo, o que ajuda a compreender por que a sustentabilidade tende a ser postergada frente a prioridades imediatas de sobrevivência financeira.

No que se refere à economia circular, os dados revelam um descompasso entre prática e consciência estratégica. As entrevistadas já adotam ações que correspondem a formas embrionárias de circularidade — reutilização de água, compra em galões para reabastecer embalagens, reaproveitamento de materiais e redução de desperdício. À luz de Bocken et al. (2016), essas práticas aproximam-se das estratégias de *slowing* (extensão da vida útil de recursos) e *narrowing* (redução do uso de recursos por produto), ainda que realizadas de modo intuitivo, sem intencionalidade estratégica nem um modelo de negócio que as sustente. Em outras palavras, as empreendedoras praticam circularidade sem reconhecê-la como tal.

As barreiras identificadas na seção 4.6 — falta de informação, custo percebido como elevado e ausência de orientação prática — confirmam empiricamente o argumento de Kirchherr et al. (2018) de que os principais entraves à economia circular não são tecnológicos, mas culturais e de mercado. O achado é relevante por reproduzir, no universo das microempreendedoras brasileiras, um padrão que a literatura observou sobretudo em economias mais estruturadas. Sob esse aspecto, a percepção da sustentabilidade como imposição custosa, e não como oportunidade econômica, alinha-se ao alerta de Lieder e Rashid (2015) de que a economia circular tende a fracassar quando vista como restrição normativa.

Essas barreiras individuais, contudo, não podem ser dissociadas do contexto institucional. A carência de orientações práticas relatada pelas participantes reflete, em nível micro, a fragilidade macro apontada por Azevedo (2015) e Silva et al. (2021): um país sem economia circular institucionalizada, com políticas fragmentadas e sem articulação entre os níveis macro, meso e micro. A ausência de canais que traduzam a economia circular em orientações acessíveis a pequenos negócios é, assim, tanto uma falha institucional quanto uma barreira cotidiana.

Por fim, o alto interesse por capacitação prática e por redes de apoio entre mulheres (seção 4.7) aponta um caminho de intervenção que a própria teoria antecipa. O fortalecimento de redes e associações corresponde à dimensão meso do framework de Brush et al. (2009) — estruturas intermediárias capazes de mediar o acesso das mulheres a informação, mercado e capital. A demanda expressa pelas entrevistadas converge, portanto, com a solução que a literatura sugere: iniciativas

contextualizadas, de base coletiva, que integrem sustentabilidade e apoio ao empreendedorismo feminino.

Cabe destacar, ainda, uma lacuna conceitual que os achados evidenciam. Como observa Geissdoerfer et al. (2017), a economia circular é frequentemente tratada como subconjunto da sustentabilidade centrado nas dimensões econômica e ambiental, relegando o aspecto social a segundo plano. Os resultados desta pesquisa sugerem que, para microempreendedoras, essa omissão é justamente o que torna os modelos correntes de circularidade pouco aplicáveis: sem considerar a sobrecarga de gênero, as restrições de tempo e o ambiente institucional, tais modelos permanecem abstratos e distantes da realidade dos pequenos negócios.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou responder quais são os principais desafios e oportunidades para a implementação de modelos de economia circular em micro e pequenas empresas de beleza lideradas por mulheres no Brasil. Os resultados indicam que os desafios são simultaneamente estruturais, cognitivos e institucionais: a sobrecarga decorrente da acumulação de papéis limita o tempo dedicado à gestão estratégica; a compreensão de sustentabilidade restringe-se ao descarte correto de resíduos, dissociada da lógica do negócio; e as barreiras percebidas — custo, falta de informação e ausência de orientação prática — reforçam-se mutuamente em um ambiente institucional pouco favorável.

As oportunidades, por sua vez, residem em dois achados convergentes. Primeiro, muitas empreendedoras já praticam, de forma intuitiva, ações compatíveis com os princípios de *slowing* e *narrowing* da economia circular, o que sugere que a transição não parte do zero, mas da qualificação e da intencionalização de práticas existentes. Segundo, há elevado interesse por capacitação prática e por redes de apoio, o que abre espaço para iniciativas de base coletiva e contextualizada.

A principal contribuição do estudo está em deslocar o debate sobre economia circular de uma abordagem normativa e genérica para uma leitura sensível ao gênero e ao contexto. Ao articular a literatura de empreendedorismo feminino (Brush et al., 2009; Dimova et al., 2006) com a de economia circular (Bocken et al., 2016; Kirchherr et al., 2018), evidencia-se que a dimensão social — frequentemente secundarizada nos modelos de circularidade — é condição para sua aplicabilidade entre microempreendedoras. Do ponto de vista prático, os achados oferecem subsídios para políticas públicas, programas de capacitação e iniciativas de apoio mais alinhados às necessidades reais desse público.

O estudo apresenta limitações que devem ser consideradas. Trata-se de pesquisa qualitativa e exploratória, de caráter não generalizável, baseada em amostra intencional de 30 participantes de um único setor. As conclusões refletem percepções e práticas autorrelatadas, sujeitas às condições em que as entrevistas foram conduzidas. Pesquisas futuras poderiam ampliar e diversificar a amostra, incorporar outros setores intensivos em consumo e adotar desenhos longitudinais capazes de acompanhar a evolução das práticas circulares ao longo do tempo, bem como avaliar, empiricamente, o efeito de programas de capacitação e de redes de apoio sobre a adoção da economia circular por mulheres empreendedoras.

REFERÊNCIAS

B2MAMY; ENDEAVOR; DISTRITO. Female Founders Report Brasil 2021: panorama do empreendedorismo feminino no ecossistema de startups brasileiro. **Female Founders Report**, 2021.

BOCKEN, N. M. P. et al. Product Design and Business Model Strategies for a Circular Economy. **Journal of Industrial and Production Engineering**, v. 33, n. 5, p. 308–320, 26 abr. 2016.

BRUSH, C. G.; DE BRUIN, A.; WELTER, F. A gender-aware framework for women's entrepreneurship. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, p. 8–24, 27 mar. 2009.

DIMOVA, R.; GANG, I. N.; LANDON-LANE, J. S. Where to work? The role of the household in explaining gender differences in labour market outcomes. **Econstor.eu**, v. 2476, dez. 2006.

GEISSDOERFER, M. et al. The Circular Economy - a New Sustainability paradigm? **Journal of Cleaner Production**, v. 143, n. 1, p. 757–768, 1 fev. 2017.

KIRCHHERR, J. et al. Barriers to the Circular Economy: Evidence From the European Union (EU). **Ecological Economics**, v. 150, p. 264–272, 30 abr. 2018.

LABOISSIERE, J. **A ECONOMIA CIRCULAR APLICADA NO BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DOS INSTRUMENTOS LEGAIS EXISTENTES PARA A LOGÍSTICA REVERSA**. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/55007154/JulianaLaboissieredeAzevedoARTIGOCNEG20151.pdf>. Acesso em: 24 set. 2025.

LIEDER, M.; RASHID, A. Towards Circular Economy Implementation: A Comprehensive Review in Context of Manufacturing Industry. **Journal of Cleaner Production**, v. 115, n. 115, p. 36–51, 22 dez. 2015.

MACARTHUR, E. **Founding Partners of the CIRCULAR ECONOMY TOWARDS THE Opportunities for the consumer goods sector 2 Pre-print version**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/50c85a620a58955/original/Towards-the-circular-economy-Vol-2.pdf>. Acesso em: 15 out. 2025.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino no Brasil: perfil, desafios e perspectivas. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)**, 2024.

REISSNER, S.; WHITTLE, A. Interview-based research in management and organisation studies: making sense of the plurality of methodological practices and presentational styles. **Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal**, v. ahead-of-print, n. ahead-of-print, 7 set. 2021.

SILVA, T. G. E. et al. Economia circular: um panorama do estado da arte das políticas públicas no Brasil. **Revista Produção Online**, v. 21, n. 3, p. 951–972, 20 set. 2021.

TATAGIBA, A. B. CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto; tradução Magda Lopes. – 3 ed. – Porto Alegre: ARTMED, 296 páginas, 2010. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, v. 13, n. 1, p. 205–208, 3 jul. 2012.