

ANÁLISE DE SEGMENTO DO SERVIÇOS MEI – DESIGN DE UNHAS: ESTUDO DE CASO NA DONDOKISSES

Daniele Pinheiro Santos¹
Sérgio David Ferreira Cruz²

RESUMO: O empreendedorismo feminino, vem ganhando cada vez mais destaque na sociedade brasileira. As mulheres já representam mais a metade dos empreendedores no Brasil, evidenciando seu potencial para contribuição para a economia do país. Caracterizado pela habilidade de antecipar eventos e ter uma visão futura de organização, as mulheres desempenham um papel vital nesse contexto. Nos últimos anos, o empreendedorismo feminino emergiu como um veículo de empoderamento e transformação social, permitindo que as mulheres conquistassem posições de liderança em diversos setores, destacando-se a gestão feminina no Brasil. Este estudo se concentra na análise da Dondokisses, um microempreendedor individual localizado em Ilhéus, Bahia, com o objetivo de compreender o segmento empresarial, quantificar os serviços oferecidos no período de janeiro de 2022 e até setembro de 2023, e identificar o perfil do empreendedor da empresária. Além disso, o mercado de esmaltes no Brasil é significativo, sendo um dos líderes mundiais nesse setor. Essa evidência sublinha a importância das esmalterias na economia nacional. No setor da beleza, as esmalterias, tem dito um crescimento expressivo, com uma ampla gama de serviços oferecidos, como alongamentos de unhas, manicure, pedicure e tratamentos de SPA. Diante dos dados demográficos de Ilhéus, Bahia, e das informações relacionadas ao mercado de esmalteria, fica evidente a presença de um potencial mercado crescente na cidade. As oportunidades são evidentes, e o empreendedorismo feminino desempenha um papel crucial nesse cenário, permitindo que as mulheres conquistem seu espaço e contribuam para o desenvolvimento econômico e social da região.

3700

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Microempreendedor individual. Esmalteria.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido um tema cada vez mais presente na sociedade brasileira, especialmente quando se trata do empreendedorismo feminino. Segundo dados do SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021), as mulheres representam mais da metade dos empreendedores no Brasil, o que evidencia o potencial das mulheres para empreender e gerar impactos positivos na economia do país.

¹Faculdade de Ilhéus formação Administração.

²CRA-BA N°9813- Graduado em Administração-UESC-BA; Especialista em Logística Empresarial-UNIFACS-BA.

Nesse sentido, é importante compreender os principais desafios e oportunidades que as mulheres empreendedoras enfrentam no mercado de trabalho. De acordo com Fontes (2018), fundadora da “Rede Mulher Empreendedora”, conclui que o empreendedorismo feminino é uma forma de combater a desigualdade de gênero no mercado de trabalho, permitindo que as mulheres possam ter mais autonomia financeira e, conseqüentemente maior independência em suas vidas pessoais e profissionais.

No entanto, o empreendedorismo feminino ainda enfrenta muitos obstáculos, como a falta de acesso ao crédito financeiro, a formação profissional e a dificuldade em conciliar a vida profissional com a pessoal. Para superar esses desafios, é fundamental que as mulheres empreendedoras tenham acesso a capacitação, *networking* (rede de contatos) e mentorias, como destaca Barbosa (2021), fundadora da “Feira Preta” e empreendedora social.

Além disso, é preciso compreender a importância da gestão feminina no empreendedorismo. Segundo pesquisa da Serasa Experian (2018), as empresas lideradas por mulheres apresentam maior probabilidade de sobreviver no mercado, além de serem mais inovadoras e rentáveis. Nesse sentido, é fundamental que as mulheres empreendedoras sejam valorizadas e incentivadas a liderar seus próprios negócios.

Por fim, é importante destacar a motivação para empreender, que pode estar relacionada a diversas questões, como a busca por realização pessoal, a vontade de ter mais flexibilidade na carreira e a busca por independência financeira. De acordo com pesquisa realizada pela “Rede Mulher Empreendedora” (2020), a maioria das mulheres empreendedoras no Brasil busca no empreendedorismo uma forma de realizar seus sonhos e objetivos pessoais.

Diante desse cenário, este estudo tem como objetivo discutir o empreendedorismo feminino no Brasil, abordando temas como gestão feminina, a motivação para empreender e os principais desafios e oportunidades para as mulheres empreendedoras. Dessa forma, busca-se contribuir para o debate sobre a importância do empreendedorismo feminino para a economia e a sociedade brasileiras.

Também, o empreendedorismo feminino tem se tornado cada vez mais relevante na sociedade brasileira, no entanto, apesar dos avanços nos últimos anos, as mulheres ainda enfrentam diversos desafios para ingressar e se manter no mercado de trabalho como empreendedoras. Nesse contexto, é importante analisar não apenas as conquistas, mas também os desafios que as empreendedoras enfrentam no atual cenário de seus negócios.

Dessa forma, a pesquisa se propõe a responder à seguinte questão: Quais são os principais desafios e conquistas enfrentados pela empreendedora em análise, no atual cenário do seu negócio?

Para isso, é necessário analisar diversos aspectos do empreendedorismo feminino, tais como: a gestão empresarial, a capacitação profissional, a conciliação entre vida pessoal e profissional, e a desigualdade de gênero.

Assim, a pesquisa buscou contribuir para o entendimento dos desafios e conquistas enfrentados pela empreendedora, identificando possíveis soluções e estratégias para promover a equidade de gênero no empreendedorismo e a inclusão das mulheres no mercado de trabalho como agentes ativas e fundamentais para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Cabe ressaltar que o empreendedorismo feminino é um tema relevante na atual conjuntura socioeconômica brasileira, uma vez que as mulheres têm se destacado cada vez mais como agentes de mudança e desenvolvimento no mercado de trabalho. No entanto, as empreendedoras ainda enfrentam diversos desafios para consolidar e expandir seus negócios, tais como a falta de capacitação profissional, dificuldades para acessar o mercado financeiro e a conciliação entre vida pessoal e profissional.

3702

Nesse sentido, é importante investigar e compreender a realidade das empreendedoras no Brasil, a fim de identificar as principais barreiras e potencialidades que envolvem o empreendedorismo feminino. Segundo a pesquisadora Ana Fontes, "o empreendedorismo feminino tem um grande potencial para gerar riqueza e crescimento econômico, e também para promover a inclusão social e a equidade de gênero" (Fontes, 2019).

Assim, a presente pesquisa buscou contribuir para a compreensão do cenário do empreendedorismo feminino no Brasil, com o objetivo de identificar soluções e estratégias para superar os desafios enfrentados pelas empreendedoras e incentivar a participação ativa das mulheres no mercado de trabalho. Além disso, a pesquisa também poderá auxiliar na formulação de políticas públicas e iniciativas privadas que promovam a equidade de gênero e o desenvolvimento econômico do país.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Empreendedorismo

Antes de se iniciar a discussão do tema, é importante buscar sua origem e referencial ao longo da história. Segundo Cunha (2004), a palavra *empreender*, *imprehendere*, tem origem no latim medieval, antes do século XV e significava tentar “empresa laboriosa e difícil”, ou ainda, “pôr em execução”.

Vários conceitos existentes de empreendedorismo são neutros em termos de gênero, pois os traços empreendedores podem ser encontrados tanto em homens quanto em mulheres, embora suas definições originais fossem quase exclusivamente voltadas para o público masculino (Barbosa et al. 2011).

O autor ainda explana que os empreendedores possuem a capacidade de reinventar formas de atender às crescentes necessidades da sociedade e gerar mudanças econômicas, sociais e até mesmo ambientais significativas (Barbosa et al. 2011).

A função desempenhada pelo chamado “empreendedor” é satisfazer as demandas em constantes mudanças da sociedade para o crescimento do mercado. Assim sendo, os empreendedores “não são meros fornecedores de bens ou serviços, mas energia que assume riscos numa economia em constante transformação e crescimento.” (Chiavento, 2007, p. 18).

Já para Dolabela (2006, p. 29), “o empreendedor é um ser social, produto das circunstâncias (tempo e lugar) em que vive”. O empreendedorismo não é novo, “sempre foi” porque a inovação é parte do ser humano. Dolabela (2006, p. 30) também afirma que “o empreendedor é responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. por meio da inovação, dinamiza a economia”.

1.2 Empreendedorismo no Brasil

Com relação ao surgimento do empreendedorismo no Brasil, mesmo em meados da década de 1990, falava-se pouco em criar empreendimento. Levando em consideração a situação econômica e política local do país não existiam planos para promover o empreendedorismo do Brasil; segundo Dornelas (2015), o empreendedorismo brasileiro começa com a criação de entidades, tais como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software).

Diante disso o empreendedorismo no Brasil ainda está crescendo, e como diz Dornelas (2015), “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem se antecipa aos fatos e tem uma visão futura de organização”.

Estudo do SEBRAE (2018) identificou que as micro e pequenas empresas são responsáveis por 98,5% do total de empresas privadas, respondem por 27% do PIB e são responsáveis por 54,0% do total de empregos formais existentes no país, ou seja, empregam mais trabalhadores com carteira assinada que as médias e grandes empresas. Cabe ainda ressaltar que as micro e pequenas empresas são as principais geradoras de riqueza no setor do comércio no Brasil, já que respondem por 53,4% do PIB deste setor.

O SEBRAE (2021) define empreendedorismo como a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas.

1.3 Empreendedorismo feminino

O empreendedorismo feminino tem se destacado cada vez mais nos últimos anos como uma forma de empoderamento e de transformação social. Segundo dados do SEBRAE (2021), as mulheres representam mais da metade dos empreendedores no Brasil, com uma média de 51,5% dos novos empreendimentos abertos em 2020 sendo liderados por mulheres.

Para Fontes (2018), o empreendedorismo feminino é uma forma de combater a desigualdade de gênero no mercado de trabalho, permitindo que as mulheres possam ter mais autonomia financeira e, conseqüentemente, maior independência em suas vidas pessoais e profissionais. Além disso, destaca que o empreendedorismo feminino tem o potencial de gerar impactos positivos para a economia do país, já que as mulheres empreendedoras tendem a ser mais inovadoras e a investir em negócios com maior impacto social.

Outro ponto importante sobre o empreendedorismo feminino é a sua relação com as questões de gênero e raça. Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019), as mulheres negras são as que mais empreendem no Brasil, representando cerca de 24,4% dos empreendedores do país. No entanto, apesar disso, as mulheres negras ainda enfrentam muitas barreiras para acessar o mercado de trabalho e o crédito financeiro,

o que torna o empreendedorismo uma alternativa importante para a sua inserção econômica e social.

Segundo Azevedo (2019), o empreendedorismo feminino tem sido visto como uma forma de resistência e de luta contra o patriarcado e o racismo estrutural que ainda permeiam a sociedade brasileira. Azevedo destaca que as mulheres empreendedoras podem criar redes de apoio e solidariedade entre si, fortalecendo assim a sua atuação no mercado e a sua capacidade de enfrentar as desigualdades de gênero e raça.

Em resumo, o empreendedorismo feminino é uma importante ferramenta de empoderamento e transformação social, permitindo que as mulheres tenham mais autonomia financeira e possam enfrentar as desigualdades de gênero e raça que ainda existem no mercado de trabalho. Além disso, o empreendedorismo feminino tem o potencial de gerar impactos positivos para a economia do país e para a sociedade como um todo.

1.3 Gestão feminina

A gestão feminina no Brasil tem ganhado destaque nos últimos anos, uma vez que as mulheres têm ocupado cada vez mais posições de liderança em empresas de diversos setores. Segundo a pesquisadora Cíntia Rodrigues, "a presença de mulheres em cargos de gestão pode trazer uma perspectiva diferenciada e inovadora para a tomada de decisões nas empresas" (Rodrigues, 2021).

No entanto, ainda existem desafios a serem superados para que a gestão feminina seja plenamente valorizada no país. De acordo com a pesquisadora Ana Alice Vilas Boas, "as mulheres muitas vezes são subvalorizadas e desqualificadas em suas capacidades de liderança, o que limita seu acesso a oportunidades e recursos no mercado de trabalho" (Vilas Boas, 2019).

Para promover a equidade de gênero na gestão empresarial, é necessário criar políticas e programas que incentivem a capacitação e o desenvolvimento profissional das mulheres. Além disso, é importante combater o preconceito e a discriminação de gênero no ambiente de trabalho e promover a diversidade e inclusão nas empresas. Um empreendimento exige de procedimentos administrativos esses que necessitam de métodos para organizar e gerir, para obter os melhores resultados e rendimentos, essas mulheres apresentam dificuldades similares devido à falta de experiência ou conhecimento, tendo

riscos como adquirir dívidas, isso pode estar relacionado ao baixo nível de assistência dessas mulheres, devido à falta de um sócio para dividir as obrigações.

É comum em empresas menores, e de perfil iniciante com característica de uma gestão linear, onde apenas uma pessoa é responsável por toda a gestão, como no caso de mulheres que decidem empreender sozinhas por necessidade, e suas decisões e ações dependem apenas dela, de acordo com Chiavenato:

A organização linear apresenta vantagens como: sua estrutura simples e de fácil compreensão, clara delimitação das responsabilidades de cada órgão, facilidade de implantação e sua estabilidade e adequação a organizações de pequeno porte (Chiavenato, 2004, p207).

Para Chiavenato (2004), o planejamento é a principal função administrativa para definir objetivos, recursos e tarefas necessárias para alcançá-los. Uma empresa deve identificar seus objetivos, e realizar previsões sobre o futuro para avaliar as ações que devem ser tomadas, desta forma podemos entender o quão importante ter conhecimento sobre gestão, para saber o propósito de uma organização no período de médio prazo.

1.4 Motivação – oportunidade ou necessidade

A motivação para empreender pode surgir de diversas fontes, e muitas vezes é impulsionada por uma necessidade financeira ou pela identificação de uma oportunidade de negócio. No entanto, é importante compreender os fatores que influenciam essa motivação e como eles se relacionam com o sucesso do empreendimento.

Para o autor Marcelo Nakagawa, "a motivação para empreender pode ser impulsionada tanto por uma necessidade quanto por uma oportunidade, mas é importante que o empreendedor esteja ciente das implicações de cada uma dessas motivações" (Nakagawa, 2019). Segundo o autor, empreendedores motivados por uma necessidade financeira tendem a focar mais em soluções de curto prazo, enquanto aqueles motivados por uma oportunidade tendem a ter uma visão mais estratégica e de longo prazo.

Outro autor que aborda essa questão é José Dornelas, que destaca a importância da motivação para o sucesso do empreendimento. Para ele, "o empreendedor precisa estar motivado e engajado em seu negócio para superar os desafios e enfrentar as incertezas do mercado" (Dornelas, 2015). O autor também destaca que a motivação pode ser influenciada por fatores internos, como a personalidade e as características do empreendedor, e externos, como o ambiente de negócios e as oportunidades do mercado.

Além disso, a motivação também pode ser afetada por fatores socioculturais, como a percepção da sociedade em relação ao empreendedorismo feminino. Segundo a pesquisadora Vanessa Rabelo, "as mulheres muitas vezes enfrentam barreiras culturais e estereótipos de gênero que afetam sua motivação e sua capacidade de empreender" (Rabelo, 2018).

Portanto, compreender a motivação para empreender é fundamental para o sucesso do empreendimento e para a promoção do empreendedorismo feminino no país.

2. MEI – Microempreendedor Individual

O MEI - Microempreendedor Individual tem se tornado uma alternativa cada vez mais popular entre empreendedores brasileiros, em especial as mulheres. Segundo pesquisa do Sebrae, em 2021, as mulheres representavam cerca de 53% dos MEI's registrados no país. Isso mostra a importância do MEI como uma forma de empreendedorismo feminino.

De acordo com Guimarães e Garcia (2019), a criação do MEI, em 2008, foi uma iniciativa do governo brasileiro para incentivar o empreendedorismo e a formalização de pequenos negócios. O MEI permite que o empreendedor tenha um registro legal como empresário, pague impostos e contribuições reduzidos, além de ter acesso a benefícios previdenciários.

Para as mulheres, o MEI pode ser uma opção interessante para iniciar um negócio próprio, visto que muitas vezes enfrentam dificuldades para ingressar no mercado de trabalho formal e enfrentam uma série de desigualdades de gênero. Segundo Santos e Menezes (2020), o MEI pode ser uma alternativa para mulheres que desejam empreender e ter mais autonomia, flexibilidade e independência financeira.

Além disso, o MEI também pode ser uma forma de as mulheres obterem maior reconhecimento e valorização profissional. De acordo com Cavalcante e Marinho (2020), o MEI pode ser visto como uma forma de empoderamento feminino, pois permite que as mulheres tenham maior controle sobre sua vida profissional e financeira.

Relativo ao município de Ilhéus, no que diz respeito a MEI's, verificou-se no Portal do Empreendedor do Governo Federal (Brasil, 2023), que de 29/02/16 para 07/10/23, houve um estuendo crescimento de 626,96% no número de MEI's registrados no município de Ilhéus, saltando de 1.921 em 29/02/19 para 13.965 em 07/10/23.

Ainda conforme Portal do Empreendedor do Governo Federal (Brasil, 2023), em 07/10/23 existiam 232 MEI's com o CNAE (Classificação Nacional das Atividades

Econômicas) 96.02-5-02 (Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza) na cidade de Ilhéus, sendo 14 administradas pelo gênero masculino, representando 6,03% e 218 administradas pelo gênero feminino, representando 93,97%, ou seja, segmento fortemente representando pelo público feminino, estando nela a empresa objeto desse estudo.

Apesar da população da cidade de Ilhéus-Bahia ter sido reduzida de 184.236 habitantes, contatos no último censo do IBGE em 2010, para 178.703 habitantes (IBGE, 2023), acarretando uma redução de 5.533 habitantes (3,0% a menos), o PIB per capita do município era de R\$ 28.336,49 em 2020, sendo o mesmo o 25º PIB no estado da Bahia e o 1º na Microrregião Sul da Bahia, indicando um bom potencial de mercado para atividade comercial.

2.1 Perfil empreendedor

Segundo o site CUBO UP (2023), o Perfil do Empreendedor é formado ao longo da vida tendo como base suas experiências com o cotidiano, com a família, escola, trabalho, seus amigos, com a sociedade no geral. Essas experiências vão construindo a personalidade a pessoa, muitas vezes favorecendo em talentos e conhecimentos com objetivo de solucionar possíveis questões que encontrou em suas experiências e assim transformar em oportunidades.

Uma pessoa com perfil empreendedor tem habilidades de avaliar oportunidades, buscar recursos e contratar pessoas para colocar suas ideias em prática de forma cuidadosa, assumindo os necessários riscos objetivando alcançar os resultados planejados, para tanto algumas qualidades são necessárias a esse empreendedor.

Segundo Britto e Weyer (2003), há cinco qualidades que são fundamentais na caracterização de um empreendedor:

- a) criatividade e inovação: empreendedores conseguem identificar oportunidades, grandes ou pequenas onde ninguém mais consegue notar;
- b) habilidade de aplicar esta criatividade: eles conseguem direcionar esforços num único objetivo;
- c) força de vontade e fé: eles acreditam fervorosamente em sua habilidade de mudar o modo como as coisas são feitas e tem força de vontade e paixão para alcançar o sucesso;

- d) foco na geração de valor: eles desejam fazer coisas da melhor maneira possível, do modo mais rápido e barato;
- e) correr riscos: quebrando regras, encurtando distâncias e indo de encontro a esses paradigmas.

Nessa linha de análise, o SEBRAE (2022) compreende que o perfil necessário ao empreendedor é definido através de algumas características fundamentais para o alcance do sucesso, dentre elas:

- Criatividade: Aceitar desafios e buscar soluções viáveis para o equacionamento de problemas.
- Liderança: Inspirar confiança, motivar, delegar responsabilidades, formar equipe, criar um clima de moral elevado, saber compartilhar ideias, ouvir, aceitar opiniões, elogiar e criticar pessoas.
- Perseverança: Manter-se firme em seus propósitos, sem deixar de enxergar os limites de sua possibilidade, buscando metas viáveis até mesmo em situações adversas.
- Flexibilidade: Controlar seus impulsos para ajustar-se quando a situação demandar mudanças, estar aberto para estudar e aprender sempre.
- Vontade de trabalhar: Dedicar-se plenamente e de forma entusiasmada ao seu negócio.
- Automotivação: Encontrar a realização pessoal no trabalho e seus resultados.
- Formação permanente: Buscar constantemente informações sobre o mercado e atualização profissional sobre novas técnicas gerenciais.
- Organização: Compreender as relações internas para ordenar o processo produtivo e administrativo de forma lógica e racional, entender as alterações ocorridas no meio ambiente externo de forma a estruturar a empresa para melhor lidar com essas mudanças.
- Senso crítico: Antecipar-se aos problemas principais, analisando-os friamente.

2.2 METODOLOGIA

A etapa da metodologia em uma pesquisa é crucial para estabelecer a direção a ser seguida em relação aos objetivos definidos. A pesquisa, por sua vez, é uma metodologia que

tem por objetivo guiar o conhecimento acerca de determinado tema. De acordo com Marconi e Lakatos (2001 p.83), a pesquisa é "o conjunto de atividades sistemáticas e racionais que permitem, com maior segurança, alcançar conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando decisões do cientista".

O presente estudo foi classificado como uma pesquisa bibliográfica. De acordo com Silva e Menezes (2001), a pesquisa bibliográfica se baseia em materiais já publicados, que podem ser encontrados em livros, artigos, periódicos e, atualmente, em meios eletrônicos. Para a realização deste trabalho, foram utilizados diversos recursos, tais como livros, artigos científicos, dissertações e fontes disponíveis na internet. A pesquisa bibliográfica é uma etapa essencial em qualquer trabalho científico, pois permite ao pesquisador ter conhecimento do que já foi estudado sobre o tema em questão (Fonseca, 2002, p. 32).

O estudo ocorreu junto à empresária e proprietária da Dondokisses, microempreendedor individual localizada à Rua General Câmara, 34 – Centro, na cidade de Ilhéus-BA. Os estudos versaram sobre levantar e entender o segmento empresarial onde atua a empresa objeto desse estudo e quantidade dos serviços ofertados em 2022 e até o mês de setembro/2023, bem como identificar o perfil empreendedor da empresária.

Em relação à quantidade dos serviços ofertados, o sistema informatizado da empresa não possui opção de extração de dados via impressão de relatórios ou exportação para planilha eletrônica, sendo que foi necessário ir verificando mês a mês e anotando as quantidades coletadas por serviço ofertado para esse estudo.

Foram coletados dados de fontes primárias, por meio de questionário de perfil do empreendedor com 85 (oitenta e cinco) perguntas, e de fontes secundárias, como livros, revistas, artigos científicos e sites da internet. O questionário utilizado nesse estudo, foi elaborado pelo SEBRAE-SP e extraído do repositório “Moodle” de disciplinas da USP – Universidade de São Paulo (2023), denominado “Levantamento do Perfil Empreendedor”.

O questionário consistiu em perguntas fechadas, objetivas, para obter informações relevantes sobre o perfil da empreendedora em relação ao segmento e serviços oferecidos pela empresa em estudo. Seguindo a definição de Marconi e Lakatos (2001, p.184), o questionário é um instrumento de coleta de dados que contém uma série ordenada de perguntas a serem respondidas por escrito, sem a presença do entrevistador.

³ Moodle - é uma plataforma online para aprendizado à distância, um sistema de gerenciamento de aprendizagem.

Foi disponibilizado arquivo em planilha eletrônica Excel®, adaptada pelo professor Sérgio David, com as 85 (oitenta e cinco) questões extraídas do arquivo “Levantamento do Perfil Empreendedor”. Nessa planilha a empresária bastou responder as 85 questões com numeral de 1 (um) a 5 (cinco) e a própria planilha, mediante montagem das abas de cálculo, gerou, ao final, um mapa com o perfil empreendedor da empresária, facilitando assim a análise e posterior devolutiva à mesma.

Os dados das quantidades realizadas por serviço ofertado, foram tabuladas em planilha eletrônica Excel®.

Esse projeto limitou-se exclusivamente, à uma análise do segmento de design de unhas e do perfil empreendedor, na empresa MEI – DONDOKISSES (CNPJ 04.521.212/0001-75), objeto deste estudo.

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base na análise de aspectos como pesquisas de mercado e estudos sobre o público-alvo, espera-se que a empresa tenha um grande potencial de crescimento no nicho de empreendedorismo feminino. É esperado que a empresa se destaque da concorrência ao oferecer novidades que valorizem a qualidade e rapidez no atendimento, conceitos altamente valorizados pelos consumidores e considerados inovadores no setor.

Segundo o site da Forbes (2020), com base no levantamento da “Euromonitor International” de 2018, o Brasil era o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo, com gastos de US\$ 30 bilhões, ficando atrás apenas do Japão, da China e dos EUA, mercado este que consumiu quase US\$ 90 bilhões em 2018.

2.4 População estimada, gênero feminino, e potencial de mercado

Segundo dados do IBGE Cidades (2023), a população da cidade de Ilhéus-Bahia no último censo, em 2010, era de 184.236 habitantes, entre população urbana e rural. Dessa população 49,55% eram do gênero masculino e 51,45% eram do gênero feminino, representado à época, 94.796 habitantes. Desse total do gênero feminino, 85,69% eram residentes urbanas, totalizando 81.231 habitantes, afunilando assim para a população urbana. Dessa população feminina urbana, estratificou-se o quantitativo de 53.212 habitantes na faixa etária de 15 a 59 anos, representando 65,51% da população urbana feminina no censo de 2010, onde, teoricamente, seriam mulheres que fariam as unhas (corte, reparo, pintura, design, etc.)

Na cidade de Ilhéus-Bahia, no censo de 2010, apontava uma população feminina total de 94.796 habitantes, sendo que a PEA (População Economicamente ativa), urbana e rural, na faixa de 16 a 65 anos, apontava 66.693 habitantes do gênero feminino, representando 70,35% da população feminina, onde pode-se inferir que na cidade de Ilhéus-BA, em 2010, a população feminina tinha um grande peso na PEA.

Trazendo esses dados para mais próximo do momento atual desse estudo, verifica-se que a população da cidade de Ilhéus, segundo o Censo do IBGE (2022), foi reduzida para 178.703, acarretando uma redução de 3,00% em relação ao censo de 2010.

Quando se aponta o mesmo percentual feminino do censo de 2010 obtém-se uma população feminina de 91.943 (51,45% da população estimada urbana e rural). Agora, aplicando-se o mesmo percentual de 2010 para a população feminina urbana (85,69%), obtém-se 78.786 pessoas. Aplicando-se o mesmo percentual de 2010 para a PEA, ou seja, 70,35%, obtém-se uma população feminina urbana estimada em 55.426 habitantes, na faixa de 15 a 65 anos.

Objetivando se ter uma ideia de potencial de mercado dessa população de 55.426 pessoas, vindo as mesmas a utilizar serviços em suas unhas, duas vezes por mês, a um custo médio estimado de R\$ 40,00 para “pé e mão (serviço de manicure)”, perfaz-se um total mensal de aproximadamente R\$ 4,4 milhões e de R\$ 53 milhões ao ano, apenas na população urbana feminina da cidade de Ilhéus, na faixa de 15 a 65 anos.

3.Esmalteria - Design de unhas e outros serviços nas mãos e pés

Segundo o SEBRAE (2023), a “Esmalteria” é um negócio que disponibiliza diversos serviços de unhas, com foco em manicure, pedicure e esmaltes, trazendo novos conceitos na hora de cuidar das unhas. Geralmente, trabalha com a aplicação dos produtos, mas também oferece a venda deles.

Segundo o site Trinks (2022), a cada ano que passa, o setor da beleza adquire maior expressividade no mercado brasileiro. E um dos negócios que lideram essa expansão é a esmalteria, e o Brasil é o segundo país que mais movimentam o mercado de esmaltes no mundo.

Existem diversos serviços em esmalteria, dentre eles podem ser citados:

- Alongamento de unhas; unhas decoradas; blindagem de unhas; manutenção; manicure e pedicure.

3.1 Serviços ofertados pela Dondokisses e suas quantidades mensais

Os serviços ofertados pela empresa objeto de estudo, são os seguintes:

- Alongamento de unhas com fibra de vidro; Alongamento de unhas com gel; Manicure e pedicure (pé e mão); Manutenção do alongamento das unhas; SPA dos pés (massagem, esfoliação, hidratação, etc); Manicure (apenas mão).

Cabe ressaltar que a empresa oferece diversos outros serviços para pés e mãos, no que diz respeito à esmalteria, no entanto levantou-se, nesse estudo, apenas os acima informados, cujas quantidades, de janeiro a dezembro de 2022, são apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Quantidades dos serviços prestados de jan a dez/22

Serviços	jan/22	fev/22	mar/22	abr/22	mai/22	jun/22	jul/22	ago/22	set/22	out/22	nov/22	dez/22	Total	%
Alongamento FIBRA	9	16	17	21	12	10	16	18	3	6	7	15	150	2,42%
Alongamento GEL	6	4	8	3	1	5	2	7	9	2	5	7	59	0,95%
Manicure e Pedicure	26	34	29	50	54	54	83	126	100	94	92	129	871	14,06%
Manutenção do Alongamento	90	87	100	81	79	81	96	90	101	111	85	120	1.121	18,10%
SPA dos Pés	14	16	8	8	46	6	1	7	14	3	4	7	134	2,16%
Só Manicure	255	263	360	299	320	302	295	280	298	349	366	473	3.860	62,31%
Totais	400	420	522	462	512	458	493	528	525	565	559	751	6.195	100,00%

Fonte: Sistema informatiza da empresa Dondokisses, 2023

3713

Observa-se que a maior quantidade dos serviços executados diz respeito a apenas manicure (esmalteria nas mãos), seguida de manutenção do alongamento das unhas e depois o serviço de manicure e pedicure (esmalteria nas mãos e pés).

Em 2023, levantou-se apenas os meses de janeiro a setembro, objetivando efetuar as comparações das quantidades em relação ao ano de 2022, conforme apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 – Quantidades dos serviços prestados de jan a set/23

Serviços	jan/23	fev/23	mar/23	abr/23	mai/23	jun/23	jul/23	ago/23	set/23	out/23	nov/23	dez/23	Total	%
Alongamento FIBRA	7	5	8	4	7	14	9	5	6	---	---	---	65	1,18%
Alongamento GEL	1	3	5	2	4	2	4	5	6	---	---	---	32	0,58%
Manicure e Pedicure	97	38	40	99	65	106	125	114	124	---	---	---	808	14,70%
Manutenção do Alongamento	85	98	76	103	89	95	92	107	97	---	---	---	842	15,32%
SPA dos Pés	9	5	3	5	7	6	8	7	8	---	---	---	58	1,06%
Só Manicure	361	444	519	413	428	396	381	397	351	---	---	---	3.690	67,15%
Totais	560	593	651	626	600	619	619	635	592	0	0	0	5.495	100,00%

Fonte: Sistema informatiza da empresa Dondokisses, 2023

Observa-se que a maior quantidade dos serviços executados diz respeito a apenas manicure (esmalteria nas mãos), seguida de manutenção do alongamento das unhas e depois

o serviço de manicure e pedicure (esmalteria nas mãos e pés), com percentuais muito próximos do que ocorreu em 2022.

Quando observamos as quantidades totais dos serviços, mês a mês, comparando-se de janeiro a setembro, a empresa apresentou um crescimento de aproximadamente 27%, o que foi considerado bem satisfatório, conforme dados apresentados no Quadro 3.

Quadro 3 – Quantidades dos serviços prestados de jan a set/23

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	%
Diferença % de 2022 para 2023	40%	41%	25%	35%	17%	35%	26%	20%	13%	27%

Fonte: Sistema informatiza da empresa Dondokisses, 2023

3.2 Análise do perfil empreendedor da empresária

Após a tabulação das respostas relativas às 85 (oitenta e cinco) questões, obteve-se o quadro do mapa de identificação e análise do perfil empreendedor da empresária da empresa objeto de estudo, conforme apresentado no Quadro 4.

Quadro 4 – Mapa de identificação e análise do perfil empreendedor

Itens do Perfil Levantados	PI					PMI					PM					PMS					PS				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1. Iniciativa																	X								
2. Busca de Oportunidades																		X							
3. Persistência																		X							
4. Busca de Informações																		X							
5. Exigência de Qualidade																		X							
6. Comprometimento																		X							
7. Eficiência												X													
8. Estabelecimento de Objetivos e Metas																		X							
9. Planejamento Sistemático																			X						
10. Persistência na Resolução de Problemas																			X						
11. Independência (assertividade)																			X						
12. Autoconfiança																			X						
13. Persuasão (correr riscos moderados)																				X					
14. Otimização da Rede de Contatos (influência)																			X						
15. Monitoramento																			X						
16. Utilização de Recursos Financeiros (gestão)																			X						

Fonte: Própria pesquisa, 2023

Observa-se que a empresária possui as suas maiores pontuações no PMS (perfil empreendedor médio superior), ficando a pontuação entre 16 a 20 pontos e apenas o item “Eficiência” que obteve a classificação PM (perfil empreendedor médio), ficando a pontuação entre 11 e 15 pontos.

Diante o cenário apresentado, a empresária apresenta 15 (quinze) características empreendedoras em pontuação PMS, o que é muito bom, demonstrando que ela está no bom caminho do empreender.

CONCLUSÃO

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque e importância ao longo dos anos. Como mencionado anteriormente, as mulheres representam mais da metade dos empreendedores no país, de acordo com dados do SEBRAE. Uma das razões para esse crescimento é a busca por independência financeira, a realização pessoal e a contribuição para o sustento familiar. Além disso, as mulheres têm demonstrado notável habilidade em identificar nichos de mercado e oportunidades de negócios que muitas vezes refletem suas experiências e interesses, o que não difere do perfil empreendedor, na empresa MEI – DONDOKISSES, objeto deste estudo.

Com base nas informações apresentadas neste trabalho, podemos concluir que as mulheres vêm desempenhando um papel significativo na economia do país. A presença cada vez maior de mulheres em cargos de liderança e gestão traz consigo perspectivas inovadoras e diferenciadas para a tomada de decisões nas empresas, contribuindo para a diversificação e melhoria dos serviços oferecidos. Além disso, o setor da beleza, especialmente as esmalterias, tem experimentado um crescimento expressivo no mercado brasileiro. Com uma ampla gama de serviços oferecidos, como alongamento de unhas, manicure, pedicure e tratamentos de spa, as esmalterias desempenham um papel fundamental nesse crescimento.

Com base nas análises demográficas e de desempenho da empresa Dondokisses no cenário de Ilhéus, Bahia, é evidente que existe um potencial significativo para serviços de esmalteria na cidade. A análise detalhada da população feminina na faixa etária de 15 a 65 anos revela um mercado substancial e em crescimento, com a possibilidade de atender às necessidades de um público diversificado. No entanto, para aproveitar totalmente essa oportunidade, a empresa deve considerar diversas áreas de melhoria.

A diversificação de serviços é um aspecto-chave a ser explorado. Embora a empresa já ofereça uma variedade de serviços de esmalteria, a expansão para técnicas adicionais, como nail art, tratamentos específicos para unhas e serviços de spa mais abrangentes, pode atrair um público mais amplo e diversificado, permitindo um aumento nas receitas. A importância do marketing e da publicidade também se destaca. Para manter o crescimento

contínuo, é fundamental que a empresa invista em estratégias de marketing eficazes. Isso pode incluir a criação de uma presença online sólida, com um site e participação ativa nas redes sociais. Parcerias com influenciadores locais e promoções sazonais também podem ser estratégias valiosas para atrair novos clientes.

A qualidade dos serviços prestados é um fator crítico. Garantir que a equipe esteja devidamente treinada e qualificada é fundamental para manter a satisfação do cliente. Investir em cursos de atualização e capacitação para a equipe pode melhorar a qualidade dos serviços e, conseqüentemente, a satisfação do cliente. A coleta regular de feedback dos clientes é outra prática importante. Isso não só ajuda a identificar áreas que precisam de melhoria, mas também a entender as preferências dos clientes. Clientes satisfeitos têm maior probabilidade de se tornarem clientes fiéis e de recomendar os serviços da empresa a outras pessoas.

A gestão financeira eficiente é essencial para o crescimento sustentável do negócio. Manter um controle rigoroso das finanças, incluindo monitorar os custos operacionais e garantir que os preços dos serviços estejam alinhados com o mercado, é crucial. À medida que a empresa continua a crescer, a consideração de expandir para novas áreas geográficas dentro da cidade ou de diversificar a base de clientes também se torna relevante. Parcerias estratégicas com hotéis, spas, salões de beleza ou outras empresas que atraem um público semelhante podem ser uma maneira eficaz de aumentar a clientela.

Por fim, a empresa deve permanecer atenta às tendências em constante evolução na indústria de beleza. Novas técnicas, produtos e tendências de moda podem influenciar as preferências dos clientes. A capacidade de se adaptar e inovar conforme necessário é essencial para manter a relevância e o sucesso a longo prazo. Além disso, o perfil empreendedor da empresária da Dondokisses demonstra qualidades promissoras, mas aprimorar a eficiência pessoal e a gestão do tempo pode ajudar a impulsionar ainda mais o sucesso do negócio. Com essas estratégias em mente, a empresa está bem posicionada para capitalizar o mercado em crescimento de esmalteria em Ilhéus, Bahia, e garantir um futuro próspero.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Beatriz. Empreendedorismo feminino e as múltiplas formas de resistência. In: III Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress. Anais. Florianópolis: UFSC, 2019.

BARBOSA, Adriana. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades. In: Congresso Nacional SER-EMPREENDEDOR. Anais... São Paulo: Sebrae, 2021.

BARBOSA, F. C. *et al.* Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista.

BRASIL. PORTAL DO EMPREENDEDOR - 2023. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoem/privado/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf> Acessado em: 12/10/2023.

BRITTO, Francisco. WEVER, Luiz. Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CAVALCANTE, J. A. S.; MARINHO, M. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: O caso do MEI. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 9, n. 1, p. 1-22, 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações: *edição compacta*. Rio de Janeiro: Campus. 2004

CUBO UP – Seu Negócio no Topo. Entenda Qual é o Perfil do Empreendedor? Disponível em: <https://cuboup.com/conteudo/perfil-de-empendedor/>. Acessado em: 12/10/2023.

3717

CUNHA, R. A. N. (2004, setembro). A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração, Curitiba, PR, Brasil.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa. 30ª ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002.

FONTES, Ana. Empreendedorismo feminino: a força da mulher na economia brasileira. São Paulo: Gente, 2018

FONTES, Ana. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades. Revista Gestão Empresarial, v. 10, n. 2, p. 3-7, 2019.

FORBES. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. Por Mariana Weber, 04 de julho de 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>. Acesso em 12 outubro 2023.

GUIMARÃES, M. B.; GARCIA, P. R. C. Empreendedorismo e inovação: O caso do Microempreendedor Individual (MEI). Revista de Administração da FACES Journal, v. 18, n. 1, p. 73-90, 2019

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Empreendedorismo no Brasil 2019. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3346/empreendedorismo_brasil_2019.pdf

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Estatística de Desemprego, 2021. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>>. Acesso em: 21 mar. 2023.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Panorama cidades - Ilhéus, 2023. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/ilheus/panorama>>. Acesso em: 12 out. 2023.

MARCONI, M. LAKATOS, E. M. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 3º Ed. São Paulo: atlas, 2001.

NAKAGAWA, Marcelo. Empreendedorismo: criatividade e inovação no contexto brasileiro. São Paulo: Atlas, 2019.

RABELO, Vanessa. Empreendedorismo feminino: uma revisão bibliográfica. In: Anais do Congresso Internacional de Gestão, Economia e Contabilidade, 2018. p. 1-11.

3718

REDE MULHER EMPREENDEDORA. Empreendedorismo feminino no Brasil: pesquisa 2020. São Paulo: RME, 2020

RODRIGUES, Cíntia. Mulheres na gestão: desafios e oportunidades. Revista de Administração Contemporânea, v. 25, n. 1, p. 1-5, 2021.

SANTOS, D. A.; MENEZES, R. G. Empreendedorismo feminino e o MEI: Uma análise da inserção das mulheres no mercado de trabalho brasileiro. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 9, n. 3, p. 1-20, 2020.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. Mulher de negócio – Empreendedorismo em Pauta. Campo Grande– Março 2014

SEBRAE. Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Em 07 de maio de 2018. Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ro/artigos/perfil-das-microempresas-e-empresas-de-pequeno-porte-2018,a2fb479851b33610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acessado em: 30/05/2022.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade? 25 maio de 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoemprededo>

rismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cefoab8f5ad7710VgnVCM10000od701210aRCRD#. Acesso em 10 maio 2023.

SEBRAE. Mas afinal, o que é empreendedorismo? Em 29 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,impacto%20no%20cotidiano%20das%20pessoas>> Acessado em: 30/05/2022.

SEBRAE, 2022. 10 características de um empreendedor e como adquiri-las. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/caracteristicas-de-um-empresendedor>. Acesso em: 12 outubro 2023

SEBRAE, 2023. Como montar uma esmalteria. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-esmalteria,eaecd181coedo510VgnVCM1000004c00210aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em: 12 outubro 2023

SERASA EXPERIAN. Mulheres empreendedoras. São Paulo: Serasa Experian, 2018.

SILVA, E. L.; MENESES, E. M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Florianópolis: LED, 2001.

TRINKS. Confira os serviços que não podem ficar de fora de sua esmalteria. Por Julia Maia, em 16 de dezembro de 2022. Disponível em: <https://blog.trinks.com/confira-os-servicos-de-esmalteria-essenciais/>. Acesso em 13 de outubro 2023.

3719

USP – Universidade de São Paulo – Moodle USP. Levantamento do Perfil Empreendedor. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7532301/mod_resource/content/1/ManualAluno%20-%20question%20-%20Perfil%20-%20pag%2033.pdf. Acesso em 12 de outubro 2023

VILAS BOAS, Ana Alice. Liderança feminina e desafios para o desenvolvimento empresarial no Brasil. In: Anais do Seminário Nacional de Administração Pública, 2019. p. 1-10.