



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Documentos 29/2025 - CCBADM-POS/CE-POS/GE-POS/CMPPPOS/IFGOIANO

Repositório Institucional do IF Goiano - RIIF Goiano

Sistema Integrado de Bibliotecas

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO- CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610/98, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, a disponibilizar gratuitamente o documento no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, em formato digital para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

Identificação da Produção Técnico-Científica

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Tese | <input type="checkbox"/> Artigo Científico |
| <input type="checkbox"/> Dissertação | <input type="checkbox"/> Capítulo de Livro |
| <input type="checkbox"/> Monografia – Especialização | <input type="checkbox"/> Livro |
| <input checked="" type="checkbox"/> TCC - Graduação | <input type="checkbox"/> Trabalho Apresentado em Evento |
| <input type="checkbox"/> Produto Técnico e Educacional - Tipo: _____ | |

Nome Completo da aluna: Francielle Moreira da Silva

Matrícula: 2022107202930040

Título do Trabalho: UM PANORÂMA DO SETOR DE ESTÉTICA EM POSSE (GO): O PAPEL DA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL NO SUCESSO DOS MICROEMPREENDEMENTOS LOCAIS

Restrições de Acesso ao Documento

Documento confidencial: Não Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: 12 / 08 / 25

O documento está sujeito a registro de patente? Sim Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? Sim Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO EXCLUSIVA

O/A referido/a autor/a declara que:

1. o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
2. obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autor/a, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
3. cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Posse, 12 de agosto de 2025.

Francielle Moreira da Silva

Assinatura da Autora

(assinado eletronicamente)

Ciente e de acordo:

Daniel Neto Francisco

Orientador

(assinado eletronicamente)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Daniel Neto Francisco, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 12/08/2025 14:45:24.
- **Francielle Moreira da Silva, 2022107202930040 - Discente**, em 12/08/2025 14:50:50.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 12/08/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 731586
Código de Autenticação: 34f26c51b1





SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Ata nº 10/2025 - CCBADM-POS/CE-POS/GE-POS/CMPPPOS/IFGOIANO

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CURSO - BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO, CAMPUS
POSSE

No dia 25 de junho de 2025, às 19:00 horas, foi realizada a banca de defesa do Trabalho de Curso (TC) do(a) discente: **Francielle Moreira da Silva**, regularmente matriculado(a) sob o nº **2022107202930040**, com trabalho intitulado: "**UM PANORAMA DO SETOR DE ESTÉTICA EM POSSE (GO): O PAPEL DA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL NO SUCESSO DOS MICROEMPREENHIMENTOS LOCAIS**", como requisito indispensável à integralização do curso de Bacharelado em Administração oferecido pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, Campus Posse (GO).

A Banca Examinadora, composta por:

Daniel Neto Francisco (Orientador como presidente),
Marco Antônio de Carvalho (1º membro),
Andréia Maria de Miranda (2º membro),

deliberou e decidiu, pela:

- Aprovação;
 Aprovação condicionada aos seguintes reparos, sob fiscalização do Prof. Orientador;
 Reprovação

do trabalho com nota final: nove vírgula quatro (9,4).

Eu, presidente da banca, lavrei a presente ata que segue assinada por mim, e pelos demais membros da Banca Examinadora.

Daniel Neto Francisco
(Assinado eletronicamente)

Marco Antônio de Carvalho
(Assinado eletronicamente)

Andréia Maria de Miranda
(Assinado eletronicamente)

Francielle Moreira da Silva
(Assinado eletronicamente)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Daniel Neto Francisco**, COORDENADOR(A) DE CURSO - FUC1 - CCBADM-POS , em 25/06/2025 20:43:43.
- **Marco Antonio de Carvalho**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO , em 25/06/2025 20:47:09.
- **Andreia Maria de Miranda**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO , em 25/06/2025 21:12:00.
- **Francielle Moreira da Silva**, 2022107202930040 - Discente, em 10/07/2025 09:35:45.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 24/06/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 719670

Código de Autenticação: 8942006caf



INSTITUTO FEDERAL GOIANO

Campus Posse

Rodovia GO - 453 km 2,5, Fazenda Vereda do Canto, SN, Distrito Agroindustrial, POSSE / GO, CEP 73900-000

(62) 3481-4677



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO
CÂMPUS POSSE

**UM PANORÂMA DO SETOR DE ESTÉTICA EM POSSE (GO): O
PAPEL DA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL NO SUCESSO DOS
MICROEMPREENDIMENTOS LOCAIS**

Francielle Moreira da Silva

**POSSE - GO
2025**

Francielle Moreira da Silva

**UM PANORÂMA DO SETOR DE ESTÉTICA EM POSSE (GO):
O PAPEL DA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL NO SUCESSO
DOS MICROEMPREENDIMENTOS LOCAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração, Instituto Federal Goiano Campus Posse, com objetivo de concluir parcialmente o curso de Bacharel em Administração.

Orientação: Prof. Me. Daniel Neto Francisco

POSSE – GO

2025

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por possibilitar essa oportunidade tão importante em minha vida pessoal e acadêmica. Estou realizando um sonho ao cursar o Bacharelado em Administração. Agradeço também às pessoas que estiveram ao meu lado durante este período.

Quero agradecer profundamente aos meus pais, Maria Luiza e Juarez, pelo apoio e suporte incondicional que me ajudou ao longo dessa fase e em toda a minha vida. Sempre me incentivaram, me lembrando da importância que é ter uma educação como prioridade máxima.

Aos amigos que, de forma generosa, me apoiaram nos momentos mais desafiadores da caminhada acadêmica. Agradeço pelas palavras de incentivo, pela escuta atenta e pelo companheirismo.

Gostaria de expressar meus agradecimentos ao Câmpus Posse e aos professores, ao proporcionarem essa oportunidade. Em especial, quero reconhecer e agradecer ao meu orientador, professor Daniel Neto, pelo apoio constante ao longo dessa trajetória. Sua dedicação e incentivo foram fundamentais para que eu permanecesse firme até a conclusão desta etapa tão importante. Mais do que um educador comprometido, demonstrou-se um verdadeiro parceiro nessa jornada acadêmica.

À todos, meu muito obrigada!

UM PANORÂMÀ DO SETOR DE ESTÉTICA EM POSSE (GO): O PAPEL DA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL NO SUCESSO DOS MICROEMPREENDIMENTOS LOCAIS

Francielle Moreira da Silva
Graduanda em Administração - IF Goiano, campus Posse
francielle.moreira@estudante.ifgoiano.edu.br

Daniel Neto Francisco
Mestre em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas, UFRRJ
Docente do IF Goiano, campus Posse
daniel.neto@ifgoiano.edu.br

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo descrever o processo de se tornar um microempreendedor na área de estética em Posse, Goiás, destacando os passos necessários, os desafios enfrentados e as oportunidades do mercado local. A revisão da literatura aborda os conceitos de Empreendedorismo, Empreendedorismo no Brasil e no estado de Goiás, com foco no setor de estética, além das Políticas Públicas voltadas para os microempreendedores. Também é apresentada a caracterização do Microempreendedor Individual (MEI), suas vantagens, obrigações legais e sua contribuição ao desenvolvimento regional. O estudo utiliza uma abordagem descritiva e qualitativa, com base em entrevistas realizadas com microempreendedores da área de estética em Posse, além de dados coletados no Portal do Empreendedor, site do Governo Federal. Os resultados mostram que o setor de estética em Posse está em expansão, impulsionado pela crescente demanda por serviços de beleza e bem-estar. No entanto, os novos empreendedores enfrentam desafios como a concorrência acirrada e a necessidade de atualização constante em técnicas e tendências do mercado. Apesar das dificuldades, há oportunidades promissoras devido ao aumento da valorização da autoestima e do cuidado pessoal na região.

Palavras chaves: Microempreendedor Individual; Empreendedorismo local; Formalização; Marketing digital.

Abstract: This paper aims to describe the process of becoming a microentrepreneur in the aesthetics area in Posse, Goiás, highlighting the necessary steps, the challenges faced and the opportunities in the local market. The literature review addresses the concepts of Entrepreneurship, Entrepreneurship in Brazil and in the state of Goiás, with a focus on the aesthetics sector, in addition to Public Policies aimed at micro-entrepreneurs. The characterization of the Individual Micro-entrepreneur (MEI) is also presented, as well as its advantages, legal obligations and its contribution to regional development. The study uses a descriptive and qualitative approach, based on interviews conducted with micro-entrepreneurs in the aesthetics area in Posse, in addition to data collected from the Entrepreneur Portal, a website of the Federal Government. The results show that the aesthetics sector in Posse is expanding, driven by the growing demand for beauty and wellness services. However, new entrepreneurs face challenges such as fierce competition and the need for constant updating in techniques and market trends. Despite the difficulties, there are promising opportunities due to the increased appreciation of self-esteem and personal care in the region.

Keywords: Individual Micro-entrepreneur; Local Entrepreneurship; Formalization; Digital Marketing.

1 INTRODUÇÃO

O setor de estética no município de Posse (GO) tem se mostrado uma área de grande potencial, impulsionada pela crescente valorização da beleza e do bem-estar na sociedade atual segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF) esse crescimento acelerado no mercado de Estética e Cosmética fez o segmento de franquias da área registrar um crescimento de 16,5% no faturamento no ano de 2024, Com o aumento da demanda por serviços como cuidados com a pele, cabelos e outros procedimentos estéticos, muitos profissionais têm buscado oportunidades para empreender nesse mercado em expansão. Somado a isto existem os pontos positivos do processo de se tornar um microempreendedor. A possibilidade de crescimento pessoal e profissional neste caso se aia a oportunidade de promover maior autonomia financeira

No entanto, iniciar um negócio no setor de estética envolve diversos desafios, como a necessidade de formalização, a escolha do ponto comercial adequado, a aquisição de equipamentos específicos e a constante atualização em novas técnicas e tendências. Para isso, a formalização como Microempreendedor Individual (MEI) se destaca como uma boa alternativa, proporcionando benefícios como a simplificação de impostos, acesso a direitos previdenciários e legalização das atividades comerciais.

Além disso, o sucesso como microempreendedor na área de estética requer habilidades em marketing e divulgação, como observam Kelly e Dos Santos (2023), especialmente no uso estratégico de redes sociais como o Instagram para alcançar novos clientes (Martins, 2024). Também é fundamental investir em capacitação profissional para oferecer serviços de qualidade e se diferenciar em um mercado competitivo.

Como a formalização do negócio e a capacitação profissional influenciam o sucesso dos microempreendedores no setor de estética em Posse, Goiás?

Este trabalho tem como objetivo explorar o processo de se tornar um microempreendedor na área de estética em Posse, Goiás, detalhando as etapas necessárias, como a formalização como MEI, a escolha do local de atuação, a aquisição de equipamentos e o desenvolvimento de estratégias

de marketing digital. Além disso, serão analisados os desafios enfrentados e as oportunidades presentes no mercado local, oferecendo uma visão completa para aqueles que desejam empreender com sucesso nesse setor promissor.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção, serão apresentados os fundamentos teóricos que embasam o estudo sobre como se tornar um microempreendedor na área de estética em Posse, Goiás. A partir de pesquisas realizadas em sites, livros e artigos científicos, serão explorados temas relevantes para o entendimento desse processo, incluindo os conceitos de empreendedorismo, o cenário do empreendedorismo no Brasil, as especificidades do Microempreendedor Individual (MEI) e sua importância para o crescimento econômico local. Essa base teórica visa fornecer uma compreensão ampla sobre os desafios e as oportunidades do setor de estética na região, contribuindo para a análise das estratégias necessárias para o sucesso nesse mercado competitivo.

2.1 Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo é amplamente discutido por estudiosos ao longo do tempo. Segundo Drucker (2001), o empreendedorismo é a capacidade de criar algo novo, inovador e de gerar valor a partir de oportunidades identificadas no mercado. Ele destaca que, mais do que apenas iniciar um negócio, o empreendedorismo envolve a transformação de ideias em ações que geram resultados concretos, desafiando as normas existentes e criando novas soluções.

Na visão de Timmons (2004), o empreendedorismo é o processo contínuo de busca por oportunidades em um ambiente dinâmico, em que o empreendedor deve ser capaz de combinar recursos e saber como superar obstáculos. O autor enfatiza que o sucesso empreendedor está diretamente ligado à habilidade de transformar uma visão em uma realidade através de uma gestão eficiente e da mobilização de recursos, muitas vezes correndo riscos calculados.

De uma maneira mais técnica, Hisrich e Peters (2008) observam que o empreendedorismo pode ser visto como uma abordagem para a criação e desenvolvimento de novos negócios ou a transformação de negócios existentes, com o objetivo de gerar inovação. Esse conceito vai além da criação de empresas, abrangendo também a implementação de inovações dentro de organizações já estabelecidas, desafiando a maneira como os negócios tradicionais operam.

Na visão de Gartner (1988) o empreendedorismo é uma característica que envolve não apenas a criação de empresas, mas também a habilidade de identificar oportunidades e transformar essas ideias em soluções concretas. Ele observa que, para ter sucesso, o empreendedor precisa ser capaz de ver além das dificuldades e aproveitar as oportunidades que surgem, demonstrando uma grande capacidade de adaptação e visão estratégica.

Liao e Welsch (2003), destacam que o empreendedorismo é um motor essencial para o crescimento econômico, pois fomenta a criação de novos produtos, serviços e negócios. Além disto, o seu papel na geração de empregos e no aumento da competitividade também devem ser evidenciados. A disseminação de uma cultura empreendedora, portanto, contribui para o fortalecimento das economias locais e para o desenvolvimento das sociedades.

Embora compartilhem algumas características, existem diferentes tipos de empreendedores, cada um com motivações, objetivos e formas de atuação distintas. De acordo com Chiavenato (2012), os empreendedores podem ser classificados de acordo com suas abordagens e circunstâncias de início no mundo dos negócios. A seguir, é apresentado um quadro com os tipos de empreendedores adaptado de Dornelas (2018), que também classifica os tipos de empreendedores, mas sob uma perspectiva diferente:

Quadro 01 – Tipos de Empreendedores:

TIPOS	DESCRIÇÃO
Empreendedor inovador	Caracteriza-se por sua busca constante por inovação e diferenciação .Este tipo de empreendedor não se limita a seguir tendências , mas cria novas soluções , produtos ou serviços que modificam a maneira como as coisas são feitas
Empreendedor imigrantes	São os indivíduos que , ao se mudarem para um novo mercado ou ambiente , aproveitam as novas oportunidades que surgem , adaptando-se rapidamente á cultura e as necessidades
Empreendedor oportunista	Focam na indentificação e aproveitamento de oportunidades momentaneas de mercado , geralmente , são mais reativos do que proativos , adaptando-se rapidamente ás mudanças sem necessariamente criar inovações profundas .
Empreendedor estratégico	Planeja suas ações de forma cuidadosa e meticulosa , com foco em longo prazo . Seu diferencial é a capacidade de antecipar tendências e de construir soluções solidas e bem
Empreendedor orientado ao mercado	Esse tipo de empreendedor é altamente focado nas necessidades e demandas do mercado . Seu objetivo é ajustar continuamente o produto ou serviço para atender ao cliente , com forte orientação para o consumidor e tendências de mercado .
empreendedor visionário	Possui uma visão clara do futuro e busca soluções transformadoras. Inspira outras pessoas com sua capacidade de enxergar novas possibilidades.

Fonte: Dornelas (2018, p. 31-33).

Ao analisar o quadro acima, observa-se a característica do empreendedor inovador na estética, que segundo a ideia de Dornelas (2018) são indivíduos que se destacam por sua capacidade de gerar mudanças significativas no mercado ele transforma projetos e ideias em soluções reais e eficazes, também conseguem agregar valor aos produtos e serviços que oferecem, criando propostas diferentes que ajudem positivamente o consumidor e o ambiente em que atua.

No contexto da área de estética, esse tipo de empreendedor desempenha um papel crucial ao introduzir inovações em serviços e técnicas já existentes, aprimorando-os ou adaptando-os para atender melhor às demandas do mercado local. Esse empreendedor tem como objetivo diferenciar seus serviços por meio da oferta de experiências singulares, cuidadosamente alinhadas às necessidades e expectativas dos clientes.

Tais experiências estão diretamente associadas à promoção da saúde e do bem-estar, contribuindo para a elevação da autoestima, melhoria da qualidade de vida e redução de sintomas relacionados ao estresse e à fadiga. Dessa forma, sua atuação impacta positivamente o desenvolvimento e a sustentabilidade do negócio na região.

O empreendedorismo no Brasil esta muito além de ter uma ideia favorável e disponibilidade para trabalhar .o caminho do empreendedor é marcado por varias limitações e desafios estruturais ,como a burocracia ,a

complexidade tributária e muitas vezes a instabilidade econômica que afeta diretamente a previsibilidade e o planejamento dos negócios .Além disso, o mercado competitivo exige constante inovação e adaptação as mudanças , o que demanda preparo , conhecimento e capacidade de gestão .Esses fatores tornam o processo de empreender uma jornada complexa , que requer não apenas coragem , mas também resiliência para alcançar um negocio bem estruturado .

2. 1.2 Empreendedorismo no Brasil: Uma análise do Setor de Estética

O empreendedorismo no Brasil, especialmente no setor de estética, tem ganhado destaque ao longo dos últimos anos, acompanhando a crescente demanda por serviços de cuidados pessoais e bem-estar. Como aponta Dolabela (2018), o movimento empreendedor no Brasil começou a se intensificar na década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) passaram a desempenhar um papel crucial no apoio a novos negócios. Apesar do ambiente econômico desafiador, com a criação do Plano Real e a abertura do mercado nacional, o setor de estética encontrou um terreno fértil para seu crescimento, principalmente com o aumento da valorização da autoestima e da busca por qualidade de vida.

O setor de estética, que inclui serviços como salão de beleza, clínicas de estética e cuidados com a pele, passou a se expandir significativamente, criando novas oportunidades para microempreendedores que buscam se inserir nesse mercado. O *Relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022*, realizado pelo Sebrae, revelou que mais de 93 milhões de brasileiros estão envolvidos de alguma forma com o empreendedorismo, e uma parcela significativa desses empreendedores está inserida no setor de estética. Desde profissionais autônomos até aqueles que abrem pequenos negócios, como clínicas e salões de beleza, a área tem mostrado um crescimento contínuo, impulsionado pela demanda crescente por serviços de cuidados pessoais.

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), a indústria da beleza, desde 2001, vem crescendo perto de 10% ao ano e movimenta, desde a produção até o consumidor final, R\$ 101 bilhões ao ano. O Brasil representa 9,4% do mercado consumidor ao redor do globo (ABIHPEC, 2010). De acordo com o Sebrae, a pandemia de Covid-19 também impulsionou o setor, à medida que as pessoas começaram a valorizar ainda mais os cuidados pessoais, mesmo durante períodos de isolamento social. A adaptação das empresas de estética, com a oferta de serviços em domicílio e a criação de estratégias de marketing digital, ajudou a manter e até expandir os negócios durante o período pandêmico, e também no contexto pós pandemia.

No entanto, o ambiente para empreender no Brasil ainda apresenta desafios significativos. O Relatório *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, de 2022 apontou que o país obteve uma pontuação de 3,6 no Índice de Contexto Nacional de Empreendedorismo¹, indicando que, embora o mercado seja dinâmico, existem dificuldades no acesso a recursos essenciais para o crescimento dos pequenos negócios. No setor de estética, os empreendedores enfrentam obstáculos como a alta carga tributária, a burocracia e a falta de acesso a financiamento para a compra de equipamentos e a ampliação de suas empresas.

Outro ponto importante é a capacitação dos profissionais, segundo dados do SEBRAE (2014). Apesar da demanda crescente por serviços de estética, muitos novos empreendedores entram no mercado sem o conhecimento técnico adequado. A formação em técnicas e o domínio das tendências do mercado são essenciais para o sucesso, o que exige um constante investimento em educação e atualização profissional.

Além disso, o acesso à tecnologia também é um desafio para muitos pequenos empreendedores no setor de estética. Empresas de grande porte, já estabelecidas, têm mais facilidade para incorporar novas tecnologias em

1. Índice no contexto Nacional de Empreendedorismo é uma medida que vai avaliar o quanto o ambiente de um país favorece atividades empreendedoras. Esse índice considera fatores como políticas públicas, educação empreendedora, infraestrutura, acesso a financiamento, entre outros componentes que influencia o surgimento e o sucesso de novos negócios (GEM 2023).

seus processos, enquanto os microempreendedores enfrentam dificuldades para obter recursos para investir em inovações que possam melhorar a qualidade do atendimento e os serviços oferecidos.

Como apontam Moreno e Costa (2024) as inovações no segmento dos serviços estéticos podem estar presentes de diversas formas (inovações processuais, a inclusão de um novo serviço ou de portfólio de serviços, procedimento de melhoria contínua dos procedimentos existentes, e até a adoção de novos produtos/tecnologias nos processos já existentes). No entanto, o importante é compreender que o papel destas inovações (sozinhas ou aplicadas em conjunto) vem ganhando uma relevância cada vez maior no mercado, no processo de criação de valor do serviço frente aos seus clientes (Moreno, Costa, 2024). E, materializando a ação empreendedora na promoção de ideias em oportunidades de negócios (Dornelas, 2018)

O empreendedorismo no setor de estética brasileiro apresenta um grande potencial de crescimento, mas também exige a superação de desafios relacionados à capacitação, financiamento e inovação. Além disto torna-se necessário a promoção de políticas públicas que incentivem a formalização de pequenos negócios, a redução da burocracia e o acesso a crédito. Fatores essenciais para o fortalecimento desse segmento e dos seus empreendedores, que, com o apoio adequado, podem gerar ainda mais oportunidades e contribuir significativamente para a economia do país. O Quadro 02 a seguir, apresenta os tipos de benefícios que o Microempreendedor Individual (MEI) possui:

Quadro 02 – Benefícios para o MEI no Setor de Estética:

BENEFÍCIOS	DESCRIÇÃO
Regularização	Permite que o profissional de estética atue legalmente, saindo da informalidade e podendo expandir seus serviços com mais segurança.
Carga Tributária Reduzida	Isenção de tributos federais como IRPJ, PIS, COFINS, IPI e CSLL, com pagamento de um valor fixo mensal referente ao INSS, ISS e ICMS, conforme o caso.
Benefícios Previdenciários	Acesso à aposentadoria por idade, auxílio-doença, aposentadoria por invalidez, pensão por morte e salário-maternidade, garantindo mais segurança para o profissional.
Emissão de Nota Fiscal	Possibilidade de emitir nota fiscal para clientes e empresas, aumentando a credibilidade do negócio e facilitando parcerias com fornecedores e salões de beleza
Linhas de Crédito Especializadas	Acesso a crédito com condições facilitadas, como juros reduzidos e menores tarifas bancárias, permitindo investimentos em equipamentos e qualificação profissional.
Novas Oportunidades de Negócios	Participação em licitações públicas, possibilidade de expandir serviços para clientes corporativos e atuar no comércio online (venda de cosméticos e serviços)
Apoio Técnico Sebrae	Consultoria gratuita e acesso a cursos sobre gestão, marketing, finanças e inovação, ajudando a profissionalizar e expandir o negócio.
Dispensa da Contabilidade	Não é necessário contratar um contador, bastando realizar a Declaração Anual do Simples Nacional (DASN-SIMEI).
Contratação de Funcionário	Possibilidade de contratar um funcionário com salário mínimo ou piso da categoria, permitindo a ampliação dos serviços oferecidos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025), a partir de Brasil (2008).

Como mostrado no quadro acima, ao se formalizar como MEI, o empreendedor do setor de estética ganha acesso a uma série de vantagens que facilitam o seu desenvolvimento. Esses benefícios não apenas garantem uma gestão tributária mais simplificada, mas também abrem portas para a expansão do negócio e para a melhoria da sua competitividade no mercado.

Além disso, a formalização permite o acesso a conhecimentos especializados, como consultorias e cursos, essenciais para aprimorar a gestão e a inovação no serviço prestado. Ao se legalizar, o empreendedor contribui ainda para a geração de empregos e o fortalecimento da economia local, com a potencialização da sua operação dentro do mercado formal.

2. 1.3 Apresentação de Posse (GO)

O município de Posse, localizado no Nordeste do estado de Goiás, se destaca como um importante centro regional e como polo de serviços e comércio para cidades vizinhas, como: Guarani de Goiás, Iaciara, Nova Roma, Simolândia e Alvorada do Norte. Posse exerce, também, influência

sob o distrito de Rosário, situado no município do Oeste Baiano de Correntina. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2025) a posição geográfica estratégica, próxima à divisa com a Bahia e a proximidade com o Distrito Federal, favorece o fluxo de pessoas e mercadorias, ampliando a relevância na região.

Posse possui o 60º maior Produto Interno Bruto (PIB) dentre os municípios goianos sendo superado por outros 59 municípios, estando caracterizada também como a 1352ª maior economia do Brasil. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2016 seu Produto Interno Bruto foi de R\$ 463 367 500,00 e o PIB *per capita* era de R\$ 13.190,83 mil, o 207º maior do estado (IBGE, 2025).

No que se refere ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), Sua população no censo demográfico de 2010 era de 31 419 habitantes, segundo o IBGE (2025), sendo então o 33º mais populoso do estado e o maior de sua região. Já sua população conforme estimativas do IBGE de 2018 eram de 36 375^[6] habitantes. O quadro a seguir mostra esses indicadores de desenvolvimento de forma mais detalhada.

Quadro 03 - Indicadores Socioeconômicos de Posse (GO):

Indicador	Valor	Posição (Brasil)	(Posição Goiás)
IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano)	0,658 (médio)	2.924º	211º
Índice de Gini	0,54	—	—
PIB(Produto Interno Bruto)-2016	R\$ 463.367.500,00	1.352º	60º
PIB per capita -2016	R\$ 13.190,83	3.241º	207º

Fonte: Elaborado pelos autores (2025) a partir IBGE (2025).

Pode-se observar no quadro acima que o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDM-H) de Posse é de 0,658, considerado de nível médio, e ocupa a 2.924ª no Brasil e a 211ª posição no estado de Goiás, demonstrando que o município não está em uma região considerada desenvolvida, com base nos indicadores de desenvolvimento socioeconômico. Nota-se que o IDH-M utiliza como métrica, dimensões como: qualidade de vida, educação, longevidade da população e renda.

O Índice de Gini é de 0,54 (IBGE, 2025) o que mostra um elevado grau de desigualdade na renda entre os habitantes locais. O Produto Interno Bruto (PIB) de 2016, mostra que o município gerou aproximadamente R\$ 463.367.500 milhões, ocupando a 1.352ª posição no Brasil e na 60ª posição no estado de Goiás.

2. 2 MEIs e o Setor de Estética no Município de Posse (GO)

O Microempreendedor Individual (MEI) foi instituído pela Lei Complementar 128/2008 com o objetivo de facilitar a formalização de pequenos negócios no Brasil. No estado de Goiás, a Lei Complementar nº 117/2015 estabeleceu um regime especial de apoio ao MEI, estendendo benefícios adicionais e favorecendo o crescimento dos empreendimentos locais, incluindo os da área de estética. Segundo o Art. 4º, parágrafo único, da referida lei, “todo benefício previsto nesta Lei Complementar e aplicável à microempresa estende-se ao MEI, sempre que lhe for mais favorável” (Lei Complementar 117/2015).

No contexto da área de estética, os profissionais que atuam como cabeleireiros, esteticistas, manicure/pedicure, maquiadores, entre outros, podem formalizar seus negócios como MEI e aproveitar os benefícios que a legislação oferece. Entre os principais benefícios, estão a isenção de taxas e emolumentos relacionados ao registro da empresa, inscrição, alvará, licença, e a concessão de microcrédito, que podem ser essenciais para o início e expansão desses empreendimentos na cidade de Posse.

Essas facilidades visam reduzir a burocracia e os custos iniciais para os profissionais da área de estética, ajudando-os a manter seus serviços de forma legalizada e estruturada. Além disso, a formalização como MEI proporciona a esses empreendedores o acesso a benefícios como aposentadoria, auxílio-doença e a possibilidade de abrir contas bancárias específicas para empresas, facilitando a gestão financeira do negócio.

O governo de Goiás, por meio de diversas iniciativas, tem garantido que os MEIs da cidade de Posse tenham acesso a sistemas simplificados de formalização. Entre essas ferramentas, destacam-se o Portal do Empreendedor Goiano, a Sala do Empreendedor Goiano e a Central Virtual

de Atendimento ao Licenciamento Estadual, que oferecem suporte na regularização do negócio e na obtenção de documentos necessários. Essas plataformas facilitam a vida dos profissionais de estética que desejam formalizar seu empreendimento, garantindo mais segurança jurídica e acesso a novos mercados.

Com esses incentivos, o setor de estética em Posse tem se fortalecido, permitindo que novos negócios surjam e se desenvolvam de maneira estruturada, impactando positivamente a economia local, criando mais oportunidades de emprego e melhorando a qualidade de vida dos moradores da cidade. A formalização do MEI proporciona aos empreendedores da área de estética a chance de crescer e expandir, ao mesmo tempo em que contribui para o dinamismo econômico e social de Posse.

Quadro 04 - Incentivos e Facilidades aos MEIs no Setor de Estética:

Programas e Parcerias	Benefícios para o Setor de Estética
Goiás Empreendedor	Microcrédito de RS 500,00 a RS 15.000,00 , com juros de 0,25% ao mês. Ideal para abrir ou expandir salões de beleza e clínicas de estética.
Crédito Social	Financiamento de até RS 5.000,00 para quem concluiu cursos no Colégio Tecnológico de Goiás (Cotec), auxiliando na compra de equipamentos como secadores, cadeiras e materiais estéticos.
Goiás Fomento	Linhas de crédito específicas para MEIs, incluindo: <ul style="list-style-type: none"> • Capital de Giro: até R\$ 300.000,00. • Microcrédito: até R\$ 21.000,00. Indicado para reformas e modernização de espaços de beleza.
Mais Crédito	Linha de crédito de até RS 5.000,00 para reorganização financeira e pagamento de dívidas, ajudando profissionais impactados pela pandemia de COVID-19.
Portal do Empreendedor Nacional	Facilita a formalização, emissão de notas fiscais e capacitações online, incluindo técnicas de beleza e atendimento ao cliente.
Portal do Empreendedor Goiano	Integra dados de órgãos estaduais e municipais, agilizando a abertura e regularização de negócios de estética em Posse, Goiás.
Parceria com o SEBRAE	Capacitação gratuita em gestão financeira e marketing digital para o setor de estética. Facilita o acesso a crédito com condições especiais

Fonte: Adaptado a partir de Goiás (2024), GOV.BR (2025), Portal do Empreendedor (2025) e SEBRAE (2024).

O quadro acima evidencia que os incentivos e facilidades disponíveis para os MEIs no setor de estética em Posse, Goiás são oferecidos por meio de políticas de apoio que incluem linhas de crédito facilitadas para a abertura e expansão de salões de beleza e clínicas estéticas, além de parcerias com o SEBRAE que promovem consultorias especializadas e capacitação gratuita em gestão financeira e marketing digital. Também se destacam os

Portais do Empreendedor, que simplificam a legalização e a emissão de notas fiscais, contribuindo para o fortalecimento e desenvolvimento dos negócios de estética na região.

2. 3 Desenvolvimento do Setor de Estética em Posse (GO)

O desenvolvimento, segundo Sachs (2008), envolve mais que o simples crescimento econômico do Produto Interno Bruto (PIB). Suas características fundamentais são: a multidimensionalidade e a complexidade sócio-histórica. Cabe, desta forma, compreender que o conceito é multidimensional pois além da esfera econômica, o processo de desenvolvimento deve aglutinar as dimensões: do bem-estar social, do meio ambiente, do incremento técnico-científico, do desenvolvimento cultural, e, da promoção política e territorial.

Neste sentido, compreender o segmento da estética a partir da ótica do desenvolvimento significa compreender o seu fenômeno para além do crescimento da renda promovida pela atividade. A expansão das atividades do segmento da estética traz consequências sociais diretas aos profissionais do setor e aos seus clientes, como: expansão dos cuidados com a saúde e com até mesmo a melhora da estima dos clientes e, também dos próprios empreendedores (Stroparo, Cordiak, 2021).

No caso de empreendedoras do gênero feminino, nota-se a partir das análises de Stroparo e Cordiak, (2021) que este aumento da estima está diretamente relacionado a oportunidade que o empreendimento na área da estética oferece, lhes oportunizando maior estabilidade e independência financeira, além da própria oportunidade de empreender sem deixar de realizar as tarefas como mães, esposas e donas de casa. O que reflete diretamente nas dimensões sociais do trabalho da mulher e na sua identidade frente aos desafios de atender as múltiplas demandas do século XXI, como: produzir renda, ser mãe, ser dona do lar, etc.

A especialização dos profissionais na área da estética, melhora a qualidade dos serviços oferecidos, promovendo inclusão produtiva, maior rentabilidade e a valorização dos serviços oferecidos. Assim como é falado por De Godói, et al. (2024, p. 6): “uma forma de melhorar autoestima é

valorizando o bem estar físico e mental, através de tratamentos estéticos e terapias relaxantes”. Desta forma, nota-se o papel do setor de serviços estéticos não se limita a competitividade do mercado, pois vem se consolidando como um espaço que produz a oportunidade de melhoria do bem-estar dos clientes. E estes efeitos aos clientes envolvem a melhoria da qualidade de vida, por meio da melhoria da aparência, da saúde, da estima frente a sociedade, e, conseqüentemente, das suas percepções de si.

O desenvolvimento da área de estética no município de Posse (GO), pode ser compreendido como um fenômeno de resposta as demandas crescentes por serviços de beleza e bem-estar. Podendo refletir não apenas no fortalecimento do mercado local, mas também impulsionando melhorias nas condições profissionais, econômicas e sociais do setor. Com isso, surgem novas oportunidades de emprego e capacitação em atividades de apoio ao setor (lojas e revendedores de produtos de estética, cremes e aparelhos votados para os cuidados corporais), e, promovendo impactos positivos na economia e contribuindo para a elevação da qualidade de vida dos empreendedores e da comunidade em geral.

O processo de desenvolvimento de uma região está relacionado com suas condições locais, suas instituições e a capacidade de promover inovações de forma contínua (Diniz, 2001). No segmento de estética, essa realidade se dá pela constante atualização técnica e uso de práticas que estejam alinhadas ao mercado, que reflitam nas demandas da comunidade local. Tal processo ajuda no fortalecimento do setor como espaço ativo de produção e na transformação econômica, cultural e social.

Joseph Schumpeter (1942), em sua teoria da “destruição criativa”, apontava a inovação como motor do desenvolvimento econômico. Isso no setor de estética significa a inserção de tecnologias como, a depilação a laser, tratamentos de pele com aparelhos modernos e procedimentos estéticos avançados, os quais chamam a atenção dos clientes, diferenciam os profissionais e elevam o padrão do setor.

Além disso, Diniz (2001) enfatiza que o desenvolvimento local não depende apenas das forças de mercado, mas da bem elaborada entre servidores públicos e privados. Isso envolve políticas públicas que

incentivem a qualificação profissional, o acesso ao crédito e a formalização dos negócios, por exemplo. No caso dos municípios, as ações voltadas para a profissionalização dos Microempreendedores Individuais (MEIs) no setor de estética podem fortalecer redes produtivas, ampliar oportunidades econômicas e reduzir desigualdades sociais.

Esses MEIs, quando incluídos em redes locais de aprendizado e inovação, tornam-se protagonistas do desenvolvimento. Eles contribuem para a criação de “meios inovadores” – ambientes produtivos e sociais onde há forte circulação de conhecimento tácito e codificado (Maillat, 1992; Cooke, 1998). Assim, o setor de estética deixa de ser apenas uma atividade econômica individualizada e passa a ser um vetor de transformação econômica e social. O quadro a seguir exemplifica as formas como os MEIs podem contribuir diretamente para o desenvolvimento de Posse e região:

Quadro 05 – Contribuições dos MEIs para o Setor de Estética em Posse:

Atividade	Explicação
Diversificação do Mercado de Estética Local	introdução de novos serviços de estética, como tratamentos faciais, design de sobrancelhas e maquiagem, diversifica o mercado local e reduz a dependência de atividades tradicionais, promovendo um setor mais dinâmico e resistente a crises.
Geração de Emprego e Renda	Os MEIs na área de estética criam oportunidades de trabalho local, gerando emprego direto (profissionais de salão e clínicas) e emprego indireto (fornecedores de produtos de beleza e acessórios). Esses empregos fortalecem a economia local ao aumentar o poder de compra da comunidade.
Inovação e Diferenciação de Serviços	Os MEIs frequentemente incorporam novas tendências e tecnologias, como tratamentos estéticos inovadores e cuidados personalizados, o que aumenta a competitividade do setor e atrai novos clientes, tornando a região mais atrativa para consumidores em busca de novidades.
Fortalecimento da Rede de Estética Local	Ao especializar-se em serviços de estética, os MEIs podem fortalecer a cadeia produtiva local, como o fornecimento de produtos de beleza e a formação de parcerias com outros profissionais, criando uma rede interdependente que impulsiona o setor e a economia regional
Capacitação e Qualificação Profissional	A busca por qualificação contínua é essencial no setor de estética. MEIs investem em treinamentos, workshops e aperfeiçoamento técnico, o que eleva o nível de qualidade do atendimento e melhora as habilidades dos profissionais da área, beneficiando toda a comunidade local.
Promoção da Identidade Regional	A especialização de MEIs em serviços que envolvem elementos culturais e tradições locais, como penteados e maquiagens típicas da região, pode promover a identidade regional, atraindo turistas e criando um mercado diferenciado que valoriza a cultura local.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

No entanto, é essencial que os MEIs do setor de estética em Posse tenham acesso a recursos adequados para garantir seu crescimento e sustentabilidade. Isso inclui financiamento acessível, capacitação contínua, infraestrutura adequada e políticas públicas favoráveis que proporcionem condições para que esses profissionais se fortaleçam e expandam seus negócios. Com o apoio necessário, esses empreendedores poderão gerar

impactos significativos no desenvolvimento econômico e social da região, contribuindo para o fortalecimento do mercado local e ampliando suas operações, o que, por sua vez, beneficiará a comunidade em diversos aspectos.

3. METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa envolve um conjunto estruturado de métodos e técnicas que orientam o desenvolvimento de um estudo científico. De acordo com Lakatos (2017), a metodologia de uma pesquisa compreende os processos sistemáticos necessários para orientar o pesquisador na escolha das ferramentas e abordagens apropriadas para alcançar os objetivos da pesquisa, assegurando resultados consistentes e confiáveis.

Para atender ao objetivo deste estudo, que visa entender o crescimento e a distribuição dos **Microempreendedores Individuais (MEIs)** no setor de estética em Posse, Goiás, além de analisar os fatores que influenciam essa área, foram utilizados os seguintes procedimentos metodológicos.

3.1 Classificação da Pesquisa

Esta pesquisa é descritiva, pois busca levantar e caracterizar as informações sobre os MEIs atuantes no setor de estética, sem interferir diretamente na realidade observada. Segundo Gil (2019), a pesquisa descritiva é usada para relatar as características de um fenômeno ou para examinar a relação entre variáveis, oferecendo uma visão clara do cenário em estudo.

3.1.1 Abordagem Quali-quantitativa

A pesquisa adotou uma abordagem qualiquantitativa (Gil, 2019), que envolve a coleta de dados para examinar o impacto dos MEI 's na economia local. Também envolve saber dados mais específicos dos MEIs como quais

são seus níveis de formação, tipo de formalização que a empresa possui, suas estratégias para atrair o cliente entre outras.

3. 1.2 Fases da Pesquisa

Os procedimentos metodológicos deste trabalho foram desenvolvidos a partir de três fases distintas, a saber: 1) levantamento bibliográfico; 2) pesquisa tematizada e 3) pesquisa de campo no município. O Quadro 06 apresenta os principais os princípios objetivos de cada uma das fases da investigação:

Quadro 06 - Fases da Pesquisa e seus Objetivos:

Fase da Pesquisa	Objetivo(s) e Procedimento(s)
Levantamento Bibliográfico	O levantamento bibliográfico foi realizado buscando proporcionar o embasamento teórico no contexto da delimitação da pesquisa, identificando, por meio da literatura especializada elementos como: conceitos de MEI 's,
Pesquisa tematizada	A pesquisa tematizada envolveu a busca pelos dados dos MEI 's no contexto geral do município de Posse (GO). Este levantamento foi feito por meio do Portal do Empreendedor e dados secundários de outras fontes, como: SEBRAE.
Pesquisa de Campo	A pesquisa de campo foi realizada através da aplicação de um questionário eletrônico, que foi respondido por 05 (cinco) MEIs selecionados por conveniência, dentro do segmento de microempreendimentos de estética (CNAE:9602-5/01 – Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza) no município de Posse (GO).

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Os dados que foram retirados do portal do microempreendedor busca analisar a quantidade de MEI' s formalizados no setor de estética em Posse(GO) no período de 2018 a 2024, Faixa etária dos MEI' S no município de posse (GO) ,distribuição por gênero dos MEI' s do setor de estética e por fim a área de atuação no segmento de estética e

distribuição dessas áreas de atuação por gênero ,buscando entender qual gênero que mais desenvolve atividades de estética em Posse(GO) ,se é masculino ou feminino.

3. 1.3 Instrumentos de Coleta de Dados

A pesquisa utilizou a análise documental como instrumento para a coleta dos dados gerais sobre os MEIs do município estudado, com foco nos dados disponíveis no Portal do Empreendedor do Governo Federal. A análise de documentos já publicados, como artigos, livros e material online sobre empreendedorismo e o setor de estética, complementa o estudo, fundamentando o referencial teórico constituído. Lüdke (2013) destaca que a análise documental é um método de coleta de dados que permite a interpretação de informações presentes em documentos, sendo essencial para a compreensão mais aprofundada do contexto investigado.

Outro instrumento empregado para a coleta de dados foi a pesquisa de campo, por meio da aplicação de um questionário semiestruturado, contendo 13 questões. Destas, 04 foram questões abertas e as demais (09) foram questões fechadas, com as opções de resposta estabelecidas a partir da Escala de Likert, buscando identificar a intensidade das respostas dos entrevistados (Bermudes, et al., 2016), a partir de suas percepções sobre seus respectivos negócios e o setor local de forma mais abrangente. O questionário foi aplicado entre 02 e 03 de maio de 2025, buscando compreender de forma mais específica as seguintes dimensões: 1) Identificar as oportunidades do setor em Posse (GO); 2) Identificar os desafios enfrentado pelos empreendedores do setor de estética no município; 3) Mapear as principais estratégias de marketing utilizadas pelos MEIs do setor analisado.

3. 2 Público-Alvo

O público-alvo da pesquisa foram os Microempreendedores Individuais formalizados, especificamente aqueles atuando no ramo da estética e cadastrados no banco de dados da Receita Federal, conforme as

informações disponibilizadas no Portal do Empreendedor. Mattar (2018) define o público-alvo como um grupo específico de indivíduos ou empresas cujas características são relevantes para o estudo, sendo selecionado com base na pertinência das informações que eles podem oferecer para a análise das variáveis em questão.

A metodologia adotada, portanto, busca fornecer uma visão do contexto empreendedor sobre os MEIs na área de estética em Posse, focando na evolução dessa categoria e em suas estratégias de marketing; nos desafios vivenciados por estes empreendimentos; e, também, nas oportunidades do setor.

A amostra foi definida por conveniência, tendo em vista dois critérios fundamentais: 1) a disponibilidade dos respondentes para participar da pesquisa no período de realização da pesquisa de campo e 2) a acessibilidade da pesquisadora para aplicar o questionário no município. Neste sentido, cabe destacar que a amostragem foi constituída a partir do método não probabilístico, tendo em vista a acessibilidade da pesquisadora aos empreendimentos de estética (Gil, 2008; Vergara, 2015).

O método impossibilita generalizações sobre o segmento, ou mesmo, comparações diretas com o mercado da estética em outras localidades, no entanto, oportuniza panorama dos negócios pesquisados, trazendo uma reflexão preliminar a partir do contexto estudado, e, oportunizando o desenvolvimento de pesquisas futuras neste mesmo contexto. Entretanto, cabe destacar que o enfoque da pesquisa é análise das especificidades do setor de estética na localidade.

3.3 Análise dos Dados Coletados

Os dados alcançados na pesquisa foram verificados através de gráficos gerados a partir do *Google Forms* e também elaborados no Microsoft Excel, com base nas informações fornecidas pelos respondentes. Para inteirar a análise, foi utilizado dados secundários que estão disponíveis no Portal do Empreendedor, com objetivo de enriquecer a interpretação dos resultados que foram obtidos.

A análise dos dados foi realizada com base na categorização das respostas, conforme Bardin (1977), e, estas foram estruturadas com base nos objetivos específicos da pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

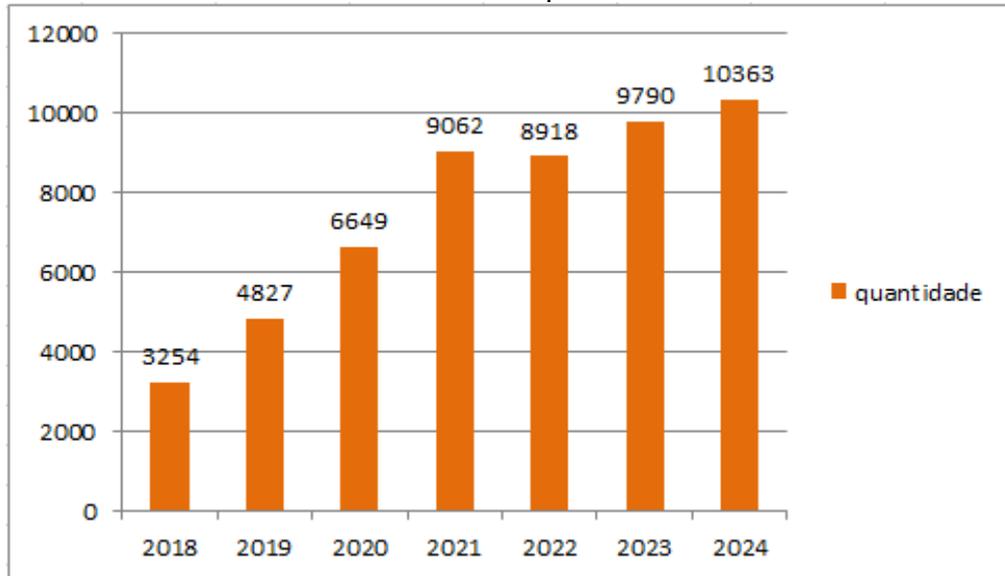
Para realizar uma análise detalhada sobre o crescimento dos microempreendedores individuais (MEIs) no setor de estética em Posse, Goiás, foram coletados dados atualizados da base da Receita Federal, disponíveis no Portal do Empreendedor do site Gov.br, com consulta realizada em 27 de fevereiro de 2025. A seguir, apresentamos os principais resultados, tendências e padrões observados no crescimento e evolução dos MEIs na área da estética no município de Posse, no período de 2018 a 2024.

4.1 Quantitativo de MEIs Formalizados no Município entre 2018 e 2024

Para analisar o quantitativo de Microempreendedores Individuais (MEIs) formalizados na cidade de Posse, Goiás, foram considerados os dados disponíveis no Portal do Microempreendedor. A data base utilizada foi o dia 30 de cada mês durante os anos de 2018 a 2024.

O levantamento mensal permitiu observar as variações sazonais e o crescimento contínuo do número de MEIs na localidade pesquisa, fornecendo uma visão detalhada das tendências de formalização ao longo dos anos investigados. Os dados estão representados no Gráfico 01, que indica um crescimento dos estabelecimentos formalizados, conforme nota-se a seguir:

Gráfico 01 – Quantidade de MEI' s no período de 2018 a 2024 em Posse:



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Portal do Empreendedor (2025).

A evolução do número de Microempreendedores Individuais (MEI) em Posse, Goiás, no período de 2018 a 2024 revela uma trajetória de crescimento, com exceção de um leve retrocesso no ano de 2022. A análise detalhada dos dados apresentados ao longo desses anos é fundamental para entender o comportamento do empreendedorismo local, especialmente no contexto de um pequeno município, como Posse, e os fatores que influenciam a formalização dos negócios.

Entre 2018 e 2019, o número de MEIs em Posse saltou de 3.254 para 4.827, um aumento de 1.573 MEIs, o que representa um crescimento de aproximadamente 48%. Esse aumento pode ser explicado pelo incentivo à formalização de negócios, com a divulgação das vantagens do MEI, como a simplificação dos processos tributários e o acesso a benefícios como a aposentadoria e a assistência médica. Além disso, o crescimento do comércio local e a busca por estabilidade jurídica por parte dos pequenos empreendedores também contribuíram para esse avanço. De 2019 para 2020, o número de MEIs passou de 4.827 para 6.649, marcando um aumento de 1.822 MEIs (cerca de 37%). O crescimento no ano de 2020 é particularmente significativo, refletindo uma tendência que se intensificou durante a pandemia de COVID-19.

A crise sanitária global fez com que muitas pessoas buscassem alternativas de emprego e fontes de renda, e a formalização como MEI foi uma solução prática para muitos. O auxílio emergencial, além de ajudar as famílias em dificuldades, também incentivou o surgimento de novos pequenos negócios. Entre 2020 e 2021, o número de MEIs saltou de 6.649 para 9.062, o que representa um aumento de 2.413 MEIs (aproximadamente 36%). Esse crescimento expressivo reflete, em parte, a recuperação econômica gradual após os picos da pandemia de COVID-19 e a adaptação dos empreendedores ao novo cenário econômico. Muitos que estavam informalmente no mercado buscaram a formalização para garantir mais segurança jurídica e acesso a serviços bancários e benefícios. 8.918, uma queda de 144 MEIs (aproximadamente 1,6%).

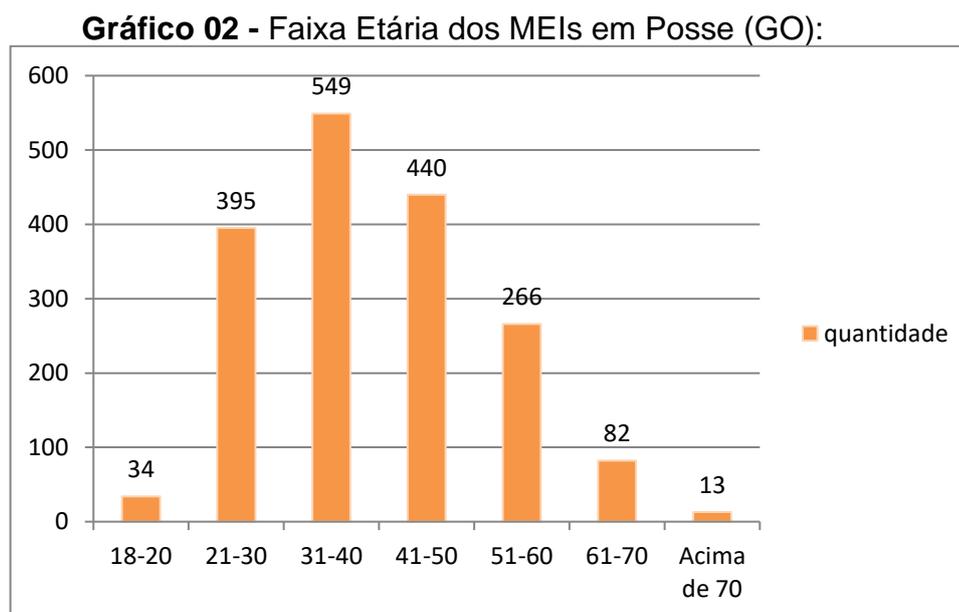
Esse declínio pode ser atribuído a uma série de fatores, incluindo a instabilidade econômica pós-pandemia, quando muitos pequenos negócios enfrentaram dificuldades devido à diminuição do consumo, à escassez de insumos e ao aumento da inflação. Essa retração também pode refletir uma dificuldade de manutenção de negócios que não conseguiram prosperar após o boom de formalizações em anos anteriores.

Em 2023, o número de MEIs registrou novo crescimento, subindo de 8.918 para 9.790, o que representa um aumento de 872 MEIs (cerca de 9,8%). Esse crescimento pode ser explicado por uma recuperação econômica gradual, à medida que o município se adapta aos novos desafios impostos pela pandemia. Além disso, o aumento de novos programas de incentivo ao empreendedorismo e a estabilidade nas políticas públicas voltadas para a formalização podem ter contribuído para esse crescimento.

Entre 2023 e 2024, o número de MEIs aumentou de 9.790 para 10.363, um incremento de 573 MEIs (aproximadamente 5,9%). Esse crescimento reflete uma tendência estável de aumento na formalização de novos negócios e uma maior confiança dos empreendedores locais na viabilidade de seus negócios. A continuidade da recuperação econômica e a maior disponibilidade de crédito e capacitação para pequenos empresários provavelmente ajudaram nesse processo.

4. 1.2 Perfil dos Microempreendedores Individuais em Posse (GO)

Os dados da faixa etária dos microempreendedores individuais apresentados no portal do Governo Federal constam com data de atualização do dia 22 de fevereiro de 2025. A seguir, o Gráfico 02 apresenta o quantitativo total de MEIs do município de Posse por idade:



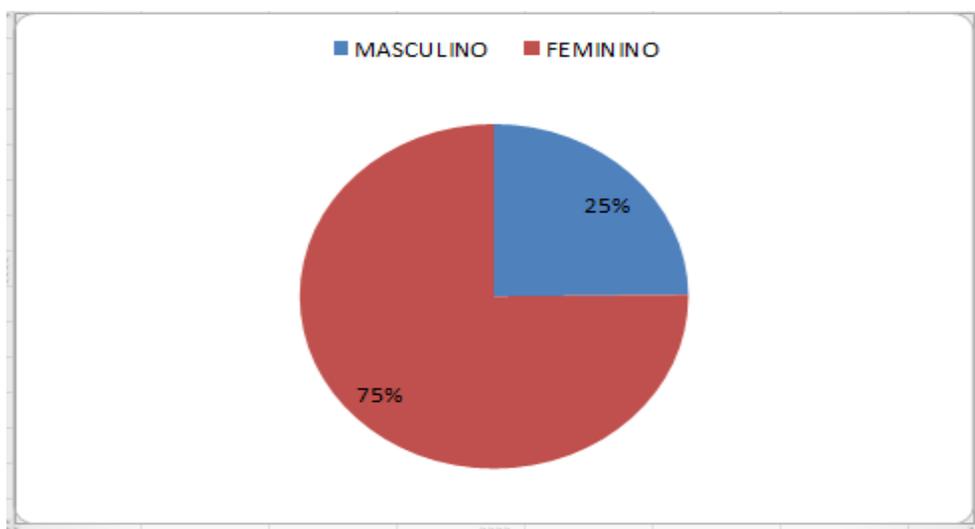
Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Portal do Empreendedor (2025).

Conforme o quadro acima, os MEI 's estão distribuídos em várias faixas etárias, com a maioria concentrada entre 21 e 30 anos. Observa-se a predominância de Jovens Adultos na faixa etária de 31 a 40 anos, representando 549 do público de microempreendedores, seguidos da faixa etária de 41 a 50 anos, com 440. Ou seja, mais da metade dos microempreendedores está na faixa de 31 a 50 anos. A faixa etária de 21 a 30 anos também possui uma representatividade considerável, com 395. Por outro lado, os jovens de até 20 anos e as pessoas acima de 70 anos apresentam uma participação significativamente menor, com 34 e 13, respectivamente.

A representatividade de microempreendedores individuais na área da estética em Posse, Goiás, apresenta uma predominância feminina. Observa-se que o número de mulheres com negócios nesse setor é expressivamente maior em comparação ao de homens, evidenciando uma forte presença

feminina no empreendedorismo estético. como representado no gráfico a seguir:

Gráfico 03 – MEIs do Setor de Estética por Gênero em Posse (GO):



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Portal do Empreendedor (2025).

Os dados mostram uma predominância feminina entre os MEIs na área da estética em Posse, Goiás, com as mulheres representando 75% dos empreendedores do setor, enquanto os homens correspondem a 25%. Isso destaca a forte atuação feminina no ramo, evidenciando seu protagonismo no empreendedorismo estético.

4. 1.3 Segmentos Predominantes no Setor de Estética em Posse (GO)

Dos resultados obtidos de empresas optantes no Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos abrangidos pelo Simples Nacional (SIMEI) no município de Posse, por Código CNAE, e a distribuição por gênero, obteve-se a tabela abaixo com a representatividade dos microempreendedores na área da estética, 3 atividades foram escolhidas entre um total de 1.729, considerando todos os tipos de comércio no município. O Quadro 07 apresenta a distribuição dos MEIs de Posse que atuam nos segmentos da estética, conforme o CNAE:

Quadro 07– Atuação dos MEIs do Setor por Atividade e Gênero:

ATIVIDADES	TOTAL	MASCULINO	FEMININO
COMERCIO VAREJISTA DE COSMETICOS ,PRODUTOS DE PERFUMARIA E HIGIENE PESSOAL	28	8	20
CABELELEIROS	97	32	65
OUTRAS ATIVIDADES TRATAMENTO DE BELEZA	44	2	42

Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Portal do Empreendedor (2025).

Com base nos dados apresentados na tabela acima, é possível identificar uma maior participação feminina nas atividades econômicas voltadas ao setor de cuidados pessoais no município. No segmento de cabeleireiros, pode-se observar que das 97 atividades registradas, 65 são realizadas por mulheres, enquanto 32 são realizadas por homens. Isso mostra uma predominância feminina no setor, o que está de acordo com o perfil tradicional da área.

No setor de comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal, o número de mulheres atuando também é maior: das 28 atividades registradas, 20 são femininas e apenas 8 são masculinas. Esse dado reforça ainda mais o envolvimento das mulheres em áreas relacionadas à estética e ao comércio de produtos voltados ao bem-estar.

Já na categoria de outras atividades de tratamento de beleza segue a mesma tendência, com 42 mulheres atuando, contra apenas 2 homens, entre as 44 atividades totais registradas. Somando todas essas atividades, o total geral é de 169 registros, dos quais 127 são de mulheres e 42 de homens. Essa distribuição evidencia o protagonismo feminino nos segmentos voltados ao cuidado pessoal e beleza, destacando seu papel relevante no cenário econômico local, no entanto, cabe ressaltar que estes dados apresentam o panorama de MEIs registrados oficialmente, não havendo registro dos microempreendedores que atuam na informalidade.

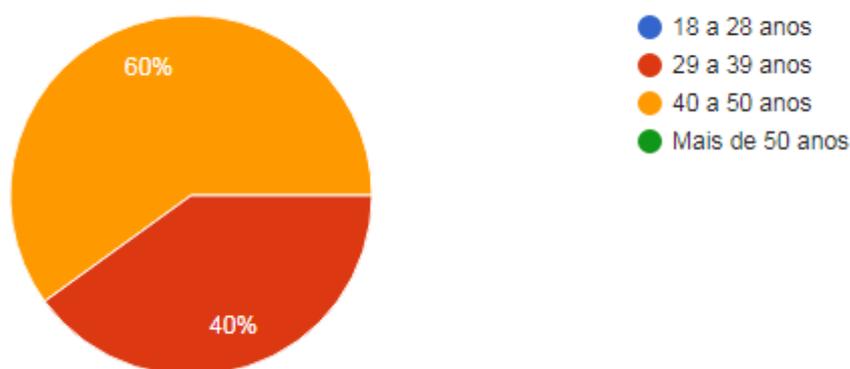
4. 2 Perfil dos MEIs Entrevistados do Setor de Estética

Nesta subseção busca-se apresentar, os dados coletados através da aplicação do questionários aos respondentes do segmento de estética em Posse (GO) a partir das seguintes dimensões: a) idade dos respondentes; b)

tempo de atuação no setor de estética; c) principal serviços oferecidos; d) tipo de formalização da empresa; e) formação e nível de formação; f) frequência de busca por capacitação; g) desafios enfrentados na gestão de um empreendimento de estética em Posse (GO); h) estratégias de marketing; i) origem do empreendimento; j) valor investido em equipamentos e materiais para abertura do empreendimento; k) plano estratégico de crescimento; e, por fim, l) oportunidades do segmento local.

O gráfico 04 a seguir apresenta a faixa etária dos respondentes da presente pesquisa. Destacando que o maior quantitativo de respostas está relacionado ao grupo com idade entre 40 e 50 anos com um percentual de 60%, enquanto o menor quantitativo de respondentes do questionário se encontra na faixa dos 29 a 39 anos com 40%. O que demonstra que a pesquisa obteve maior aderência nos grupos de meia-idade do segmento de estética no município.

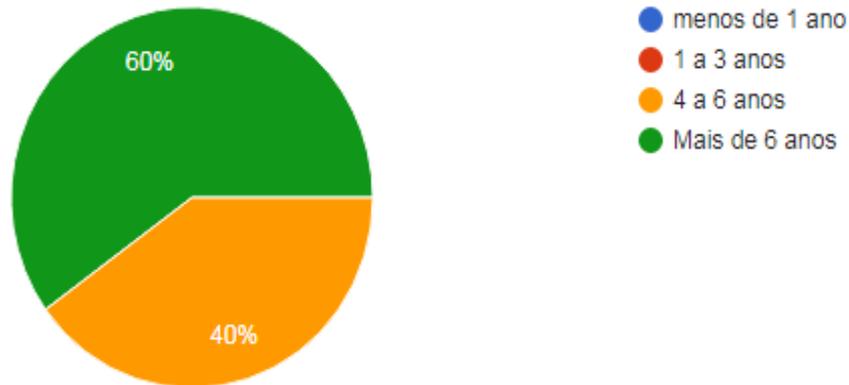
Gráfico 04. Faixa Etária dos Respondentes:



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

O Gráfico 05 mostra o tempo de atuação dos respondentes no setor de estética em que atuam. Nota-se que 60% já estão nesse segmento a mais de 6 anos, e 40% desses atuam entre 4 a 6 anos. O que demonstra uma consolidação organizacional no grupo de participantes da pesquisa, já que nenhum possui menos de 3 anos de atuação no mercado.

Gráfico 05- Tempo de Atuação dos Respondentes no Setor:



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Conforme mostrado no Quadro 08, foram examinados os principais serviços que os respondentes oferecem aos seus clientes do município de Posse. É importante destacar que essa pergunta foi aberta o que deu a possibilidade do respondente apresentar mais de um serviço oferecido.

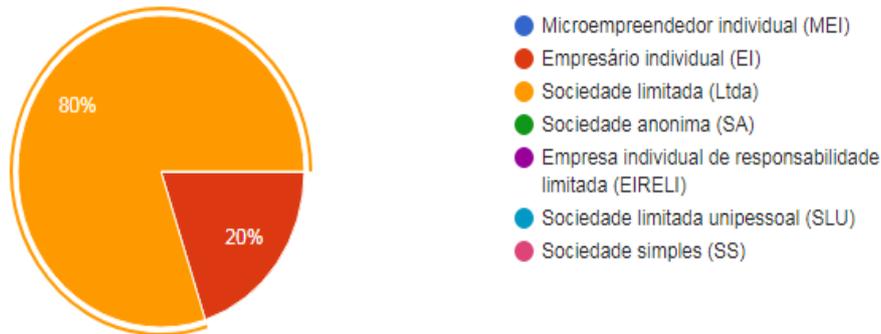
Quadro 08 – Principais Serviços Oferecidos pelos Respondentes:

	Serviços oferecidos
1	Botox
2	Corte de cabelo barba , barboterapia , pigmentação etc.
3	Estética Facial
4	São ao todo 8 fâcial e 15 corporal.
5	Químicas capilares em geral

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Ao analisar o gráfico 06 abaixo, é possível identificar a formalização mais utilizada pelos respondentes da pesquisa. Observa-se que a Sociedade limitada (Ltda) alcançou um expressivo percentual de 80% e o Empresário individual (EI) registra uma percentagem de 20%. Neste caso, o respondente enquadrado como empresário individual fez a transição jurídica recentemente, devido ao seu faturamento no ano passado, que chegou ao teto da categoria permitida pelos MEIs. Neste sentido, tendo em vista a transição recente, a pesquisa considerou o mesmo como MEI devido a sua trajetória operacional neste segmento.

Gráfico 06 – Formalização dos Negócios dos Respondentes:

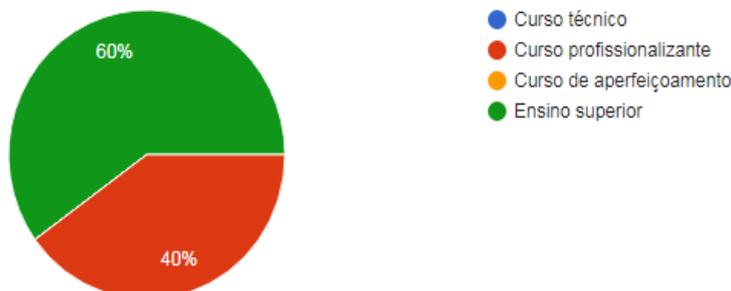


Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

No gráfico 07 foram observados os níveis de formação dos empreendedores que responderam a esta pesquisa. É notório que 60% possui formação de nível superior buscando capacitação sempre que possível e 40% possui uma formação de nível profissionalizante se capacitando frequentemente de 2 a 3 vezes ao ano, o que reforça a importância da capacitação constante para o desempenho das funções de estética na localidade .

Foi possível observar também que a maioria dos respondentes possui alguma formação ou cursos de capacitação na área de estética, como ilustra o Gráfico 07:

Gráfico 07- Nível de Formação dos Respondentes:



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

No quadro 09 a seguir pode-se observar os desafios enfrentados pelos respondentes na gestão de um empreendimento de estética em Posse

(GO). São desafios citados pelos MEIs: instabilidade de frequência dos pacientes, não ter fiscalização de vigilância sanitária, rotatividade e a alta competitividade o que exige diferenciais para atrair e fidelizar clientes. Isso mostra que esses empreendedores vem se capacitando, criando algo novo e gerando valor a partir de oportunidades indetificadas no mercado assim como apontado por Drucker (2001) a respeito do empreendedorismo.

Quadro 09- Desafios do Setor de Estética em Posse (GO):

Desafios	Frequência de Citações
Instabilidade de frequência dos pacientes	1
Ausência de fiscalização da Vigilância Sanitária	1
Rotatividade	1
Alta competitividade e necessidade de diferenciais	1

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Dentre os desafios apontados pelos entrevistados do setor local, as dimensões da “alta competitividade e necessidade de diferenciais”, a “rotatividade” (de clientes) e a “instabilidade de frequência dos pacientes” são elementos diretamente ligados aos desafios mercadológicos que as estratégias de marketing atual devem levar em consideração para traçar ações direcionadas, de fidelização do público-alvo, por exemplo. O Quadro 10 mostra as estratégias de marketing utilizadas pelos empreendedores do segmento de estética respondentes da pesquisa.

Quadro 10- Estratégias de Marketing Adotadas Pelos Respondentes:

Estratégia de Divulgação	Respostas
Utilização de redes sociais para divulgação dos serviços/produtos	5
Parcerias com influenciadores ou profissionais locais	5
Promoções e descontos para atrair novos clientes	3
Participação em feiras, eventos e ações comunitárias	3
Divulgação por meio de panfletos, cartazes e rádio local	2
Indicação de clientes (marketing boca a boca)	2
Investimento em identidade visual e marca	1
Criação de programas de fidelidade para clientes	1
Campanhas pagas em plataformas digitais (Facebook Ads, Google Ads etc.)	2
Nenhuma estratégia formal de marketing foi adotada até o momento	0

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

De acordo com o quadro acima, são utilizados para divulgação dos serviços e produtos; redes sociais, parcerias com influenciadores ou profissionais locais, promoções e descontos, participação em feiras, eventos e ações comunitárias, divulgação em cartazes, rádios, panfletos, marketing boca a boca, investimento em identidade da marca, campanhas pagas em plataformas digitais. Resultado que vai ao encontro das análises de Kelly e Dos Santos e Martins (2024), que apontam para o papel estratégico do marketing por meio dos canais digitais, seja para atrair novos clientes, seja para fidelizar e promover um relacionamento mais próximo com aqueles clientes já captados.

Segundo os respondentes, o município de Posse possui muitas oportunidades para esse ramo da estética, por estar em crescimento constante e ter pessoas de fora que buscam locais agradáveis e com serviços bem feitos e que acompanham as tendências e inovações desse mercado. Por isto, mais uma vez, cabe indicar o papel diferencial que a adoção de novas técnicas, tratamentos e inovações produz para o setor. Como indicam Moreno e Costa (2024), o gerenciamento de inovações nos processos de estética podem estar presentes em um negócio de diferentes, inclusive na criação de valor deste empreendimento. E isto pode ser efetivado de diferentes formas: em inovações nos processos já existentes, no incremento de novos produtos, na adoção de novas estratégias de vendas e atendimento, entre tantas outras.

Neste sentido, o contexto local vivencia um cenário de crescimento como o ocorrido no contexto nacional, conforme apontado por Dolabela (2018), apesar do cenário mais complicado entre os anos de 2021 e 2022, devido a pandemia do COVID-19.

Já o quadro abaixo apresenta a origem do empreendimento dos respondentes se teve por parceria, necessidade, motivação e busca por novas oportunidades, já a escolha da localização, foi em uma área de local centralizado, tranquilo e com facilidade para estacionamentos, local com bom fluxo de pessoas e pontos estratégicos.

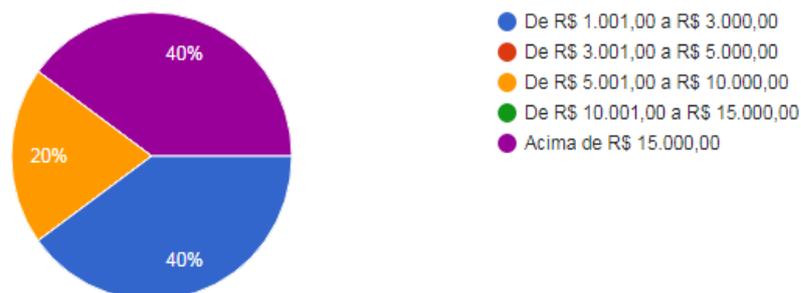
Quadro 11- Origem e Localização dos Empreendimentos Analisados:

Origem do Empreendimento	Critério para Escolha da Localização
Parceria entre duas irmãs, buscando abrir o negócio.	Local centralizado, mas tranquilo, com facilidade de estacionamento.
Necessidade de complementar a renda.	Local com bom fluxo de pessoas.
Necessidade de organizar o tempo de trabalho para cuidar do filho pequeno.	não citado
Motivação pela paixão pelo curso.	Ponto estratégico.
Busca por novas oportunidades inovadoras para gerar benefícios.	não citado

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Ao analisar o gráfico 08 abaixo, é possível observar o investimento inicial em equipamentos e materiais para abertura do empreendimento dos respondentes do questionário. Destaca-se que a maioria dos respondentes investiram um valor inicial na faixa de R\$ 1.000 a R\$ 3.000 e outros investiram acima de 15 mil, totalizando 40% tanto para um quanto para outro, por outro lado 20% desses respondentes investiram na faixa de R\$ 5001,00 a R\$ 10.000,00 evidenciando que a maioria investiram inicialmente um valor bastante considerável. É importante destacar que 80% desses empreendedores que responderam ao questionário tem um plano de crescimento definido e já estão colocando em prática e 20% tem um plano definido porém ainda não começaram a executar.

Gráfico 08- Investimento Inicial dos Respondetes:



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Desse modo esses resultados se relacionam diretamente com o que foi apresentado pelos autores Timmons (2004) e Drucker (2001), que demonstra que os empreendedores locais estão alinhados com uma visão estratégica de mobilização de recursos e gestão orientadas a resultados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar o processo de formalização e os desafios enfrentados por microempreendedores na área de estética no município de Posse (GO). Ao longo da pesquisa, foi possível observar que o setor de estética no município está em expansão, acompanhando as tendências de valorização da autoestima e do bem-estar, características que têm impulsionado a demanda por serviços de beleza no país. Nota-se, ainda, que a formalização dos microempreendedores individuais tem se mostrado uma alternativa acessível para aqueles que desejam empreender, saindo da informalidade, e, ao mesmo tempo, oferecendo vantagens como a simplificação tributária e a legalização da atividade para que os trabalhadores possam obter direitos fundamentais como a aposentaria.

Pode-se destacar, a partir dos microempreendedores entrevistados, que alguns desafios significativos são vivenciados pelos agentes que atuam no setor, como a concorrência crescente e a necessidade de se manter atualizados com as novas técnicas e tendências do mercado, o que exige um constante investimento em capacitação profissional. Além disso, a escolha de um bom ponto comercial também aparece dentre as demandas dos empreendedores do segmento. Assim como a aquisição de equipamentos adequados e o desenvolvimento de estratégias de marketing eficientes, especialmente utilizando as redes sociais, são aspectos fundamentais para o sucesso no setor.

As políticas públicas voltadas para os microempreendedores têm se mostrado importantes no apoio à formalização e ao desenvolvimento dessas pequenas empresas, permitindo a inclusão dos empreendedores no mercado formal e a geração de empregos. No entanto, o estudo também revela a necessidade de maior apoio no que diz respeito à capacitação

contínua e ao incentivo à inovação, visto que a área de estética é altamente dinâmica e exige constante adaptação às demandas do consumidor.

Foi analisado as estratégias usadas pelos empreendedores do setor de estética no município de Posse incluem ; utilização de redes sociais para divulgar os serviços e produtos , parcerias com influenciadores ou profissionais locais ,promoção e descontos para atrair novos clientes ,participação em eventos ,feiras e ações comunitárias ,divulgação por meio de panfletos ,cartazes e rádio local, indicação de cliente(marketing boca a boca),investimento em identidade visual e marca ,criação de programas de fidelidade para clientes ,campanhas pagas em plataformas digitais, como Facebook Ads e Google Ads. Ads é uma abreviação de "*advertisements*", que significa "anúncios" em português.

É importante ressaltar que esta pesquisa apresenta algumas limitações metodológicas. Isso porque foi feita à utilização de uma amostragem não probabilística, isto é, os respondentes foram selecionados de forma intencional e acessível. Além disso, o número reduzido de pessoas que respondeu a pesquisa impossibilita a generalização dos resultados. Também deve-se reconhecer a limitação quanto as respostas, isso por que os dados foram coletados por meio de questionário estruturado, o que pode reduzir a obtenção de resultados subjetivos em relação ao que está sendo abordado.

Deste modo, é recomendável a realização de pesquisas futuras com amostragens maiores e métodos diversificados, combinando abordagens qualitativas e quantitativas. Outro aspecto relevante para investigações futuras neste contexto é a realização de estudos mais aprofundados incluindo entrevistas em profundidade ou grupos focais com empreendedores. Elemento pode proporcionar a exploração das percepções, dos desafios e das estratégias empreendedoras de maneira mais detalhada e abrangente a partir da realidade de Posse, ou mesmo do Nordeste Goiano, com a seleção de algumas cidades da região para serem o enfoque da investigação.

O uso de métodos mais abrangentes possibilita comparações entre diferentes municípios, ou até mesmo, entre segmentos diferentes de MEIs

dentro do setor da estética (por exemplo: raça, gênero, idade, etc.). A análise de forma mais ampla permite o entendimento sobre as práticas de marketing atuais frente aos desafios inerentes do setor de uma forma mais ampla, possibilitando evidenciar pontos importantes para a construção de políticas públicas mais eficazes que promovam o fortalecimento do empreendedorismo do setor de estética e os lucros dos seus empreendedores.

Em conclusão, o processo de se tornar um microempreendedor na área de estética em Posse é permeado por desafios, mas também por oportunidades significativas, especialmente no contexto atual de valorização da estética e bem-estar. O sucesso desses empreendedores depende não apenas da formalização, mas também da capacidade de adaptação ao mercado, inovação constante e a busca por qualificação, além do uso eficiente das ferramentas de marketing e comunicação digital. A contribuição do MEI ao desenvolvimento regional é evidente, pois facilita a inserção no mercado formal e fomenta o crescimento do setor, gerando emprego e renda para a população local.

6. REFERÊNCIAS

ABF. **Associação Brasileira de Franchising**. Disponível em: <https://www.abf.com.br/> Acessado em: 05 mai. 2025

ABIHPEC, 2010 Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Acesse o anuário 2010 da ABIHPEC. Disponível em: <https://abihpec.org.br/comunicados/> . Acesso em: 20 de maio 2025

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Paris: Universitaires de France, 1977.

BERMUDES, W. L.; SANTANA, B. T.; BRAGA, J. H. O.; SOUZA, P. H. Tipos de Escalas Utilizadas em Pesquisas e suas Aplicações. **Revista Vértices**. v. 18, n. 2, 2016. p. 7-20

BORGES, S. M. **EMPREENDEDORISMO NO SETOR DE SERVIÇOS: O CASO DAS EMPRESAS DE ESTÉTICA**. SÃO PAULO: ATLAS. 2017.

BRASIL. Ministério da Economia. **Relatório sobre Microempreendedores Individuais no Brasil**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br> Acessado em: 20 fev. 2025

BRASIL. **Lei Complementar nº 128/2008. 2008.** Dispõe sobre o Microempreendedor Individual (MEI). Disponível em: <https://www.planalto.gov.br> Acessado em: 14 fev. 2025.

BRASIL. **Lei Complementar nº 117/2015** – Regime especial de apoio ao MEI no estado de Goiás. Disponível em: <https://www.sefaz.go.gov.br> Acessado em: 06 mar. 2025.

BRASIL. Ministério da Economia. **GUIA DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI).** Disponível em: <HTTPS://WWW.GOV.BR/> Acessado em: 05 mar. 2025.

CAVALCANTE, R. A. **O Mercado de Estética no Brasil: Tendências e Oportunidades.** São Paulo: Editora Gente. 2019.

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração.** São Paulo: Elsevier. 2012.

COOKE, P; COOKE, P. SISTEMAS REGIONAIS DE INOVAÇÃO, CLUSTERS E A ECONOMIA DO CONHECIMENTO. *Industrial and Corporate Change*, v. 10, n. 4. 2001. p. 945-974

DE GODOI, M. P. B.; PINTO, K. V.; CARDOSO, L. A. L. A Influência Da Estética Para Mulheres E A Qualidade De Vida Na Satisfação Com A Autoimagem Corporal. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 10, n. 6, 2024. p. 962-973

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 6ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2018.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios.** São Paulo: Pioneira. 2001.

DINIZ, C. C. et al. **O Papel das Inovações e das Instituições no Desenvolvimento Local.** Encontro Nacional de Economia, v. 29, 2001. p. 1-21

FILGUEIRAS, N. L. **O crescimento e valorização do mercado de estética no brasil.** (Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo. FACIG: Manhuaçu) 2018. Disponível em: <https://www.pensaracademico.unifacig.edu.br/index.php/repositorioctcc/article/view/1009/895>

GARTNER, W. B. “Quem é um empreendedor?” é a pergunta errada. *American Journal of Small Business*. Primavera de 88, v. 12, n. 4. 1988.

GEM - *Global Entrepreneurship Monitor. Relatório Global Entrepreneurship Monitor 2022.* Disponível em: <https://www.gemglobal.org> Acessado em: 09 de maio de 2025.

GIL, A. C.; VERGARA, S. C. **Tipo de pesquisa.** Universidade Federal de Pelotas. Rio Grande do Sul, v. 31, 2015.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. São Paulo: Mcgraw-Hill. 2008.

KELLY, C. P.; DOS SANTOS, R. F. Marketing Digital Como Estratégia De Crescimento Pós Pandemia Do Covid-19: Um estudo sobre empreendimentos locais no município de Campos dos Goytacazes-RJ. **Lumen et Virtus**. v. 15, n. 39, 2024. p. 2497-2510

KUMON BRASIL. **Desafios do Empreendedorismo no Brasil: quais são e como superá-los**. 2024. Disponível em: <https://www.kumon.com.br/blog/franquia/desafios-do-empresendedorismo-no-brasil/>

LIMA, L. M.; ALMEIDA, A. R. Capacitação e Inovação no Setor de Estética: uma análise da importância da qualificação profissional. **Revista Brasileira de Inovação e Gestão**, v. 11, n. 1, p. 72-84. 2020.

MARCONI, M. A., LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 8ª Ed. São Paulo: Atlas. 2017.

MARTINS, K. I. G. da R. **ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES: UM ESTUDO SOBRE MAQUIADORES DE GOIÁS NO INSTAGRAM**. (Trabalho de Conclusão de Curso – Bacharelado em Administração, IF Goiano). Posse, 2024.

MOTTA, F. F. O Impacto da Pandemia na Formalização de Microempreendedores Individuais. **Revista Brasileira de Economia**, v. 11, n. 3. 2020. p. 45-58.

MÜLLER, A. L. A Evolução do Setor de Estética no Brasil e os Desafios para Microempreendedores. **Revista Brasileira de Administração**, v. 31, n. 4, 2019.

Portal do Empreendedor. (n.d.). **Como formalizar o seu MEI**. Disponível em: <https://www.portaldoempreendedor.gov.br> Acessado em: 31 de março de 2025.

MAILLAT, D.; PERRIN, J. C. **Empresas inovações e desenvolvimento territorial**. Neuchâtel: GREMI/EDES, 1992.

MORENO, L. G.; COSTA, Z. da F. Gestão da inovação em serviços de estética e emagrecimento: estudo de uma empresa no município de Guarapuava-PR. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 18, n. 1, p. 59-75, 2024.

POSSE. Prefeitura Municipal de Posse. Disponível em: www.posse.go.gov.br (Prefeitura) Acessado em: 09 de maio de 2025.

POSSE. **Câmara Municipal de Posse (GO)**. Disponível em: <http://www.camaraposse.go.gov.br> Acessado em: 10 de maio de 2025.

RODRIGUES, A. R. Desafios do Microempreendedor no Setor de Estética e a Adaptação à Tecnologia Digital. **Revista de Empreendedorismo e Negócios**, v. 16, n. 2, p. 235-250. 2022.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A pandemia e o setor de estética: Impactos e tendências**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br> Acessado em: 12 de fev. de 2025.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Panorama do Empreendedorismo Brasileiro (SEBRAE)**. 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Como%20montar%20um%20centro%20de%20est%C3%A9tica.pdf> Acessado em: 05 de maio de 2025.

SILVA, F. C.; MELO, D. G. A Formalização de Pequenos Negócios no Brasil: desafios e oportunidades. **Revista Brasileira de Empreendedorismo**, v. 10, n. 2, 2018. p. 65-78.

SIQUEIRA, J. T. **Políticas Públicas para Micro e Pequenos Empreendedores no Brasil**. Editora FGV. 2019.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Le books, 2020.

STROPARO, T. R.; CORDIAK, S. M. Estética capilar no contexto do empreendedorismo feminino: custos, renda, estima e independência financeira. **South American Development Society Journal**, v. 7, n. 19, p. 47-47, 2021.

TIMMONS, J. A. **Criação de novos empreendimentos: empreendedorismo para o século XXI**. 2004.

APÊNDICE I. QUESTIONÁRIO APLICADO AOS GESTORES DO SEGMENTO DA ESTÉTICA DE POSSE:

1.Qual sua idade?

Múltipla escolha

18 a 28 anos

29 a 39 anos

40 a 50 anos

Mais de 50 anos

Adicionar opção ou [adicionar "Outro"](#)

Obrigatória

2.Há quanto tempo você atua no setor de estética ?

- menos de 1 ano
- 1 a 3 anos
- 4 a 6 anos
- Mais de 6 anos

3.Qual é o principal serviço que você oferece?

Texto de resposta longa

4. Qual o tipo de formalização da sua empresa ?

- Microempreendedor individual (MEI)
- Empresário individual (EI)
- Sociedade limitada (Ltda)
- Sociedade anonima (SA)
- Empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI)
- Sociedade limitada unipessoal (SLU)
- Sociedade simples (SS)

5. Você possui alguma formação ou curso na área de estética ?

- Sim, tenho dois (ou mais) cursos de capacitação na area .
- Sim, tenho um curso de capacitação na área .
- Não , mas estou realizando um curso de capacitação na área.
- Não , não possuo curso de capacitação na área.

...

6. Caso tenha respondido sim na questão anterior ,diga qual(is) nível(is) de formação na área:

- Curso técnico
- Curso profissionalizante
- Curso de aperfeiçoamento
- Ensino superior

7. Com que frequência você busca capacitações na área?

- Nunca
- Raramente (1 vez por ano ou menos)
- Frequentemente (2 a 3 vezes ao ano)
- Sempre que possível

⋮

8. Na sua opinião , quais os maiores desafios enfrentados na gestão de um empreendimento de estética em Posse?

Texto de resposta longa

9. Qual a estratégia de marketing utilizada para promover o empreendimento ?

- Utilização de redes sociais para divulgação dos serviços/produtos
- Parcerias com influenciadores ou profissionais locais
- Promoções e descontos para atrair novos clientes
- Participação em feiras, eventos e ações comunitárias
- Divulgação por meio de panfletos, cartazes e rádio local
- Indicação de clientes (marketing boca a boca)
- Investimento em identidade visual e marca
- Criação de programas de fidelidade para clientes
- Campanhas pagas em plataformas digitais (Facebook Ads, Google Ads etc.)
- Nenhuma estratégia formal de marketing foi adotada até o momento

10. Como surgiu o empreendimento e como foi definida a sua localização?

Texto de resposta longa

...

11. Qual o valor (em média) do investimento inicial em equipamentos e materiais para a abertura do empreendimento?

- De R\$ 1.001,00 a R\$ 3.000,00
- De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00
- De R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00
- De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
- Acima de R\$ 15.000,00

12. O seu negócio tem um plano de crescimento? (seja para outras atividades/serviços, para ampliação dos atendimentos, etc.)?

- Sim, já temos um plano definido e estamos colocando em prática
- Sim, temos um plano, mas ainda não começamos a executá-lo
- Não temos um plano no momento, mas pretendemos elaborar um
- Não temos plano de crescimento no momento

13. Quais oportunidades você percebe no município de Posse (GO) em relação ao seu ramo de atuação?

Texto de resposta longa
