

Centro Paula Souza
Etec Cubatão/SP
Ensino Médio Integrado ao Curso Técnico em Administração

Empreendedorismo feminino: a IA como catalisadora das práticas administrativas.

Ana Clara Pedral do Nascimento¹
Maiara Vieira Soares²
Rafael Guimarães Silva³
Victtor Avis Ramos Ribeiro⁴

Resumo:

O maior destaque das mulheres no gerenciamento empresarial tem se apresentado como fenômeno crescente ao decorrer das décadas. Não obstante, ainda existem preconceitos a serem enfrentados e dificuldades de conciliar a vida pessoal com a empresarial por parte do público a serem vencidas. Tendo em vista os avanços tecnológicos na contemporaneidade, buscou-se combinar o Planejamento estratégico com a Inteligência artificial, evidenciando limites e/ou possibilidades com relação ao uso de tecnologias em salões de beleza e estética. Por meio de um estudo de caso, esta comunicação de pesquisa visou demonstrar meios de utilização de recursos tecnológicos, como *prompts*, para impulsionar práticas administrativas em empresas gerenciadas pelo público empreendedor feminino da cidade de Cubatão/SP, objetivando maior eficiência e crescimento dessas entidades jurídicas. A partir desta pesquisa aplicada, pretendeu-se demonstrar a relevância do empreendedorismo feminino na economia de municípios e fomentar a urgência de governos e prefeituras focarem na temática, com a intencionalidade de estimular o ato de empreender, a partir da implementação de treinamentos em locais públicos acerca da utilização da IA como coadjuvante no processo de facilitar rotinas empresariais.

Palavras-chave: Administração. Empreendedorismo feminino. Inteligência artificial. Planejamento estratégico. Análise de ambiente interno e externo.

Abstract:

The greater prominence of women in business management has been a growing phenomenon over the decades. Nevertheless, there are still prejudices to be faced and difficulties in reconciling personal and business life on the part of the public to be overcome. In mention of contemporary technological advances, we sought to combine Strategic Planning with Artificial Intelligence, highlighting limits and/or possibilities related to the use of technologies in beauty and aesthetic salons. Through a case study, this research communication aimed to demonstrate ways of using technological resources, such as prompts to boost administrative practices in companies managed

¹ Aluna do Ensino Médio e Técnico em Administração na Etec Cubatão/SP - ana.nascimento375@etec.sp.gov.br

² Aluna do Ensino Médio e Técnico em Administração na Etec Cubatão/SP - maiara.soares@etec.sp.gov.br

³ Aluno do Ensino Médio e Técnico em Administração na Etec Cubatão/SP - rafael.silva2093@etec.sp.gov.br

⁴ Aluno do Ensino Médio e Técnico em Administração na Etec Cubatão/SP - victtor.ribeiro@etec.sp.gov.br

by female entrepreneurs in the city of Cubatão/SP, aiming for greater efficiency and growth of these legal entities. Based on this applied research, we intended to demonstrate the relevance of female entrepreneurship in the economy of municipalities and encourage the urgency for governments and city halls to focus on the topic, with the intention of stimulating the act of entrepreneurship, through the implementation of training in public places. about the use of AI as a support in the process of facilitating business routines.

Keywords: Administration. Female entrepreneurship. Artificial intelligence. Strategic planning. Environmental internal and external analysis.

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade da segunda década do século XXI é observado um maior destaque das mulheres no gerenciamento empresarial. Nesse sentido, faz-se necessário compreender de que forma o Planejamento Estratégico, em específico, a análise de ambiente empresarial é determinada nas organizações geridas por esse público. Além disso, percebe-se que o uso de tecnologias pode ser fundamental em processos administrativos, já que pode otimizar resultados operacionais e contribuir para o lucro das empresas, tornando possível sua aplicação em conjunto ao Planejamento Estratégico. Segundo pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2023), a velocidade das mudanças sociais e do mercado exige que as empresas tenham dinamicidade em seu processo decisório. No que diz respeito a esta condição, é válido considerar o uso da Inteligência Artificial (IA), que se caracteriza pela substituição dos humanos por máquinas em tarefas do cotidiano, haja visto os modelos de softwares que fornecem informações de forma instantânea. Em paralelo, esse estudo de caso visou fomentar os negócios de mulheres empreendedoras do segmento da beleza e estética em Cubatão, tendo em vista que o setor é o que mais cresce no país e que, conforme dados do *Euromonitor International*⁵ (2018), o Brasil foi, em 2018, o quarto maior mercado de serviços de beleza e cuidados pessoais do mundo. O objetivo geral deste artigo foi identificar limites e/ou possibilidades com relação ao uso de tecnologias que pudessem repercutir nas ações consequentes da análise de ambiente interno e externo nas organizações gerenciadas por mulheres em Cubatão/SP; estabelecido por meio destes objetivos específicos: mapear o uso de tecnologias para direcionar as escolhas

⁵ A *Euromonitor International* é uma empresa com sede no Reino Unido, que presta serviços de inteligência empresarial. A pesquisa acerca do potencial do segmento de beleza demonstrou que o Brasil se encontra posições atrás de potências, como EUA, China e Japão. Os dados são de um relatório de 2019 relativo à pesquisa de 2018. Disponível em: forbes.com.br. Acesso em: 02 out.2023.

do empreendedor após análise ambiental; conhecer o cenário do empreendedorismo feminino em salões de beleza e estética; identificar quali-quantitativamente a ocorrência da análise de ambiente empresarial em salões de Cubatão/SP e sintetizar a importância da tecnologia aliada ao Planejamento Estratégico nesses negócios.

Este estudo se delimitou em discutir como o uso da inteligência artificial pôde dar suporte em processos decisórios nas empresas à medida em que os dados coletados no ambiente interno e externo se transformavam em um *prompt* gerador de um rol de possibilidades na cidade de Cubatão/SP no período de fevereiro a dezembro de 2023, partindo-se da seguinte investigação: “Como o uso de tecnologias pode direcionar as escolhas de mulheres empreendedoras a partir da análise de ambiente interno e externo em suas microempresas?”. Ademais, acredita-se que haja complexidade no processo de tomada de decisão das empreendedoras após a análise do ambiente empresarial, sendo necessário o uso de ferramentas administrativas disponíveis, além de tecnologias para facilitar esse processo. Nesse âmbito, buscou-se investigar as hipóteses: mulheres empreendedoras não possuem qualificação para realizar análise de ambiente, além de que, empresas geridas por mulheres em Cubatão/SP tendem a utilizar poucos recursos tecnológicos no processo de planejamento estratégico e podem obter longevidade sem a aplicação dessa ferramenta. De tal modo, pôde-se inferir que a utilização do Planejamento Estratégico por Microempreendedoras pode ser mais eficiente com a combinação de recursos tecnológicos, haja visto que um dos pontos angulares desta abordagem, tratou da análise do ambiente empresarial em combinação à Análise *SWOT*, para que por meio desta abordagem, fosse possível agir com base nas oportunas dimensões do Mercado. Justificou-se essa comunicação de pesquisa pela presença de um dos princípios básicos da administração: o planejamento estratégico, o qual garante que a empresa tenha autonomia para oportunizar crescimento diante das oportunidades. A partir dos mecanismos administrativos, técnicos em administração puderam executar os seguintes processos: identificação de sistemas operacionais úteis para nortear decisões empresariais a partir da análise do ambiente, evidenciado, neste estudo, a partir de salões de beleza e estética; identificação de oportunidade nos ambientes geridos por mulheres; observar os vieses para o uso da IA como coadjuvante no processo de gestão, bem como as repercussões para a empresa observada.

Além do que, nesta pesquisa estavam contidos aspectos alusivos ao empreendedorismo feminino como forma de transformação social, haja visto que o Brasil possui 30 milhões de empreendedoras e que, apesar de constituírem a maioria no empreendedorismo, as empresas gerenciadas por mulheres ainda faturam menos do que aquelas comandadas pelos homens (SEBRAE, 2022). Assim, a ONU instaurou algumas metas estabelecidas por meio de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que devem ser cumpridas até o final do ano de 2030. Esta pesquisa se enquadra na quinta ODS, a qual diz respeito à igualdade de gênero, com o intuito de empoderar as mulheres em todas as partes do mundo, bem como aumentar o uso de tecnologias de base, em particular as tecnologias de informação e comunicação. Dessa forma, com o objetivo de contribuir com a ascensão da mulher no âmbito empreendedor, o presente artigo buscou maneiras de fomentar o segmento de beleza e estética na cidade de Cubatão/SP com a utilização de IA por empreendedoras em processos decisórios decorrentes da análise de ambiente nos salões. A metodologia utilizada neste artigo se deu por meio de uma pesquisa aplicada com embasamento teórico nos estudos de Kotler (2018) e levou em consideração o método hipotético-dedutivo e o intuito descritivo-exploratório, na qual foram utilizadas entrevistas para coletar dados de abordagem quali-quantitativa.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 A administração como alicerce de transformação social

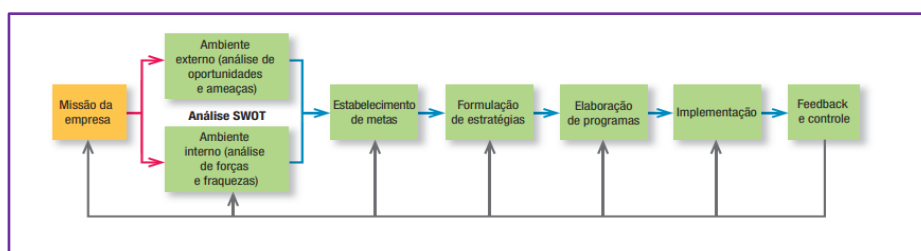
O uso das ferramentas administrativas se mostra cada vez mais indispensável no dia a dia da sociedade e de diversas instituições. Nas palavras de Chiavenato (2004, p. 27), “Administração é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso dos recursos organizacionais para alcançar determinados objetivos de maneira eficiente e eficaz”. Nesse sentido, entende-se a partir da ótica operacional administrativa que o profissional por ela responsável tem competência para realizar as tarefas demandadas pelos níveis hierárquicos estratégico e tático, por isso, o técnico em administração detém a habilidade para, por meio de análises, propor estratégias e soluções, a fim de direcionar a tomada de decisão do empreendedor, possuindo autonomia, inclusive, para incentivar a participação social da mulher dentro do meio da gestão, o que colabora na mitigação do preconceito com relação à ocupação por parte do público feminino de cargos superiores nas empresas e dá suporte a esse público em situações de dificuldade de conciliação do estilo de vida

empresarial com o pessoal. É válido ressaltar que este estudo consolidou a intencionalidade de estabelecer mecanismos para melhorias das práticas operacionais do planejamento estratégico por parte de empreendedoras da cidade de Cubatão/SP a partir da exploração de IA no setor de beleza e estética. Outrossim, buscando-se evidenciar o crescimento do empreendedorismo feminino, é importante destacar que, das nove cidades da Baixada Santista, Cubatão, Guarujá, Praia Grande, Santos e São Vicente possuem mais Microempreendedoras Individuais (MEI's) mulheres do que homens, conforme dados do SEBRAE, sendo que Cubatão/SP possui 3353 empreendedoras; número maior que o registro dos homens empreendedores, que somam 2871. Tal situação evidencia o papel exercido pelas mulheres no cenário empreendedor da Baixada Santista, mais exclusivamente na cidade de Cubatão, como uma prática que impulsiona e auxilia na busca pela equidade de gênero no corpo social, uma vez que a independência econômica e social da mulher é realçada com o exercício de uma mentalidade empreendedora.

2.2 Instruções para a aplicação da estratégia no alcance de metas organizacionais

O Planejamento Estratégico (PE) é um mecanismo da administração que analisa a situação presente de organizações, a fim de verificar cenários oportunos e ameaças às empresas. Kotler classifica o uso de tecnologias em processos administrativos como uma das três principais forças de mercado – tecnologias, globalização e responsabilidade social, já que o mundo passa constantemente por transformações que permitem aos consumidores melhor seletividade acerca de um produto por meio de buscas em meio digital. O autor estimula, ainda, a implementação do Planejamento estratégico nas empresas, seguindo o esquema:

Figura 1: Fluxograma das etapas do Planejamento Estratégico



Fonte: Kotler (2018, p.51)

Constata-se na representação analisada que, sob a ótica do autor, todo Planejamento estratégico deve ser iniciado a partir da definição de uma missão para

o negócio, seguido da elaboração de uma Matriz *SWOT*, que possibilita a instituição de metas e formulação de estratégias que devem ser implementadas e coordenadas para obtenção de êxitos. Analogamente, Chiavenato (2012, p.344) acredita que o Planejamento estratégico é um processo organizacional compreensivo de adaptação por meio da aprovação, tomada de decisão e avaliação, que precisa responder às seguintes questões: “Por que a organização existe?”, “O que ela faz?” e “Como faz?”. Tal perspectiva vai ao encontro do posicionamento de Kotler acerca da utilização do PE, porque destaca a relevância de definir a missão, visão e valores da entidade jurídica na primeira etapa do processo. É essencial que o empreendedor conheça o porquê de a empresa existir - caracterizando a missão do estabelecimento, o patamar que ela almeja chegar - visão do negócio e os princípios seguidos por ela - valores. Sob essa ótica, compreende-se que essa técnica proposta em alinhamento pelos teóricos Kotler e Chiavenato, apesar de ser complexa, pode permitir mais rapidez no futuro da empresa, além de facilitar seu desenvolvimento e contribuir para um futuro mais próspero nos negócios, porque permite a adoção de métodos e estratégias personalizadas para cada realidade. Para obter resultados positivos a partir da aplicação do Planejamento Estratégico nas empresas, é importante prosseguir com a etapa posterior à definição de missão, visão e valores. A etapa de identificação de cenários oportunos por intermédio de uma análise de ambiente é indispensável no ramo da administração, porque nessa fase é feita uma coleta de dados concreta na parte interna e externa da empresa com a finalidade de otimizar a parte administrativa, encontrar necessidades no mercado empresarial e elaborar um planejamento estratégico funcional. Nesse sentido, com o intuito de facilitar a realização de tal análise, habitualmente utiliza-se o método de análise *SWOT*, pelo qual a empresa em questão reconhece os seus aspectos de melhor performance e, também, aqueles que devem ser mais bem trabalhados.

Na concepção de Martins (2006)⁶, a análise *SWOT* é uma das práticas mais comuns nas empresas voltadas para o pensamento estratégico e marketing, sendo algo relativamente trabalhoso de produzir, contudo a prática constante pode trazer ao profissional uma melhor visão de negócios, entendendo-se que, os cenários onde a empresa atua estão sempre mudando. Com isso, percebe-se que a constância na atualização do material *SWOT*, para que os erros no PE sejam mínimos, bem como o

⁶ Perspectiva retirada do livro “Como se tornar um profissional de sucesso” de autoria de Martins (2006).

detalhamento na etapa de analisar ambientes empresariais é de extrema importância no que tange ao alcance de maiores públicos e ferramentas que agregam valor à empresa. Os autores Wright, Kroll e Parnell (2000), acreditam ainda, que as organizações são influenciadas pelo ambiente em que vivem e que isso cria exigências que deverão ser seguidas para manter uma organização eficiente, sendo que as empresas que não conseguem acompanhar essas mudanças, conseqüentemente, são abandonadas com relação a seus concorrentes ou até mesmo são obrigadas a fechar o negócio. Nessa perspectiva, relacionando as concepções de Martins (2006) e Wright, Kroll e Parnell (2000), é possível ratificar a influência das mudanças do macroambiente na parte interna das empresas, o que torna plausível inferir que, uma postura determinada do empreendedor acerca da necessidade de buscar inovações pode ser um diferencial no mundo dos negócios, pois facilita a interpretação atenta de cenários oportunistas. Portanto, pontua-se a matriz *SWOT* como um mecanismo que aponta as possíveis oportunidades e ameaças (ambiente externo) juntamente às forças e fraquezas (ambiente interno), ambos sob a perspectiva da empresa. “Depois de ter realizado uma análise *SWOT*, a organização pode estabelecer metas específicas para o período de planejamento”. (Kotler e Keller, 2018, p. 52). Em síntese, entende-se que a utilização da ferramenta fornece dados, que a partir de uma análise profunda permitem a projeção de decisões a seguir, visando menos perda e objetivando aumentar o lucro da entidade jurídica.

2.3 A contribuição da tecnologia no campo administrativo

A Inteligência artificial (IA) é um ramo da ciência da computação que se concentra no desenvolvimento de softwares e sistemas inteligentes que são capazes de aprender gradualmente de acordo com as informações fornecidas pelos usuários, auxiliando no processo de tomada de decisão. As IAs são baseadas em modelos de algoritmos capazes de analisar grandes quantidades de dados. No cenário administrativo, as IAs também podem ser relevantes na automatização de tarefas e facilitar a tomada de decisão na gestão empresarial, seu uso combinado com a inteligência humana pode maximizar resultados e acelerar processos administrativos. De acordo com uma pesquisa realizada pela empresa de tecnologia IBM (2022) 41% das empresas brasileiras utilizam ativamente IAs em seus negócios. Com isso, é possível ressaltar que o rápido crescimento desse tipo de tecnologia pode facilitar o acesso às empresas de pequeno porte. Nesse sentido, visando relacionar este estudo

com a utilização de tecnologia em empresas, observa-se como as IAs podem repercutir positivamente em empresas de beleza e estética, haja visto que a pouca notoriedade e a carência de conhecimento acerca da gestão por parte das mulheres gestoras são fatores que podem ser mitigados com o apoio de ferramentas tecnológicas, como a Inteligência Artificial. Os modelos de softwares testados neste trabalho se basearam nos denominados "*chatbots*", nos quais foram utilizados comandos (*prompts*) e perguntas para que a Inteligência Artificial respondesse de acordo com o que foi solicitado pelo usuário. Foram analisadas as respostas fornecidas por dois *chatbots* para auxiliar no processo de tomada de decisão do empreendedor: o "ChatGPT" (inteligência artificial desenvolvida pela empresa OpenIA) e o modelo de IA criado pela empresa de tecnologia Microsoft, na qual utiliza a plataforma Bing como principal fonte de informação, conhecido como "BingIA".

2.4 Procedimentos metodológicos da pesquisa

Na concepção de Lakatos e Marconi (2003, p.83), "não há ciência sem o emprego de métodos científicos". Analogamente, percebeu-se que os procedimentos metodológicos contribuíram no caminho a ser traçado pelos pesquisadores na busca de respostas e soluções de problemas. Em primeiro plano, é válido ressaltar que a natureza dessa produção científica foi aplicada, na qual houve a realização de trabalhos originais, além de ter tido foco na melhoria das teorias científicas da área da administração a partir da associação de IA. De acordo com Gil (2010, p.26), a pesquisa aplicada "abrange estudos elaborados com a finalidade de resolver problemas no âmbito das sociedades em que os pesquisadores vivem". Entendeu-se, além disso, a aplicação do método hipotético-dedutivo como fundamental, já que se formulou uma dedução a partir de uma hipótese pré-estabelecida para a investigação; Segundo Popper (1975, p.44), quando a dedução não excede o nível da provisoriedade é válida, porquanto superou todos os testes, porém, não definitivamente confirmada, pois poderá surgir um fato que a invalide, como tem acontecido com muitas leis e teorias na história da ciência. Assim, consoante às hipóteses apresentadas na elaboração desse artigo, pôde-se interpretar, como modelo de exemplificação para o método, que sob a ótica do estudo, as hipóteses dessa comunicação de pesquisa podem ser refutadas no futuro, já que existem influências do parâmetro estabelecido e investigado. No que tangenciou o intuito da pesquisa, teve-se um objetivo descritivo-exploratório. O estudo foi descritivo, já que estudou variáveis que ocorrem em

determinado espaço. Na visão de Mattar (1999, p.45), a utilização desse tipo de pesquisa deverá ocorrer quando o propósito de estudo for descrever as características de grupos, estimar a proporção de elementos que tenham determinadas características ou comportamentos, dentro de uma população específica e verificar a existência de relação entre variáveis. Tal ótica se enquadrou no artigo, tendo em vista que se investigou a utilização de tecnologias por mulheres empreendedoras para melhor precisão nas tomadas de decisão. Em adição ao modo descritivo, viu-se a essencialidade de conter na comunicação de pesquisa, fins de caráter exploratório, pois foi trazida proximidade acerca da questão ao público. Para Gil (2002, p.41), a grande maioria das pesquisas exploratórias envolvem: levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Análoga à visão de Gil, a utilização do salão de uma esteticista do bairro Vila Natal em Cubatão/SP como modelo de análise ambiental e estudo sobre a inteligência artificial em salões para facilitar processos de tomada de decisão atuou como uma entrevista de uma cidadã que possui experiências práticas com o que era investigado no contexto.

Vale ressaltar ainda, que houve a realização de entrevistas semiestruturadas ao decorrer do estudo de caso, tendo como objetivo o recolhimento de dados essenciais sobre o cenário empreendedor feminino e a percepção da comunidade perante o tema. Para Manzini (1990, p. 154), a entrevista semiestruturada está focada em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Foi verificado que esse tipo de entrevista emergiu informações espontaneamente, nas quais as respostas não estavam condicionadas a um padrão. Nesse intuito, as entrevistas com mulheres empreendedoras da área da beleza e estética foram aplicadas com a intencionalidade de conhecer as dificuldades enfrentadas pelo público feminino na gestão de empresas no perímetro de Cubatão/SP e, de maneira aprofundada, na região do bairro Vila Natal. De tal modo, as entrevistas foram, como parte do conteúdo, norteadas por conceitos estabelecidos pelo teórico principal da pesquisa, Kotler (2018), em consonância aos estudos de Chiavenato (2004), Martins (2006), Wright; Kroll; Parnell (2000), as quais repercutiram em análises técnicas referentes ao segmento de beleza e estética; Além disso, os dados foram coletados por meio de uma compreensão quali-quantitativa, a fim de se

conhecer a quantidade e realidade das empreendedoras no ramo investigado. Strauss e Corbin (1998, p.10-11) conceituam pesquisa qualitativa como uma pesquisa sobre a vida das pessoas, experiências vividas, comportamentos, emoções, sentimentos, assim como fenômenos culturais. Paralelamente, a realização de pesquisas de campo no perímetro de Cubatão/SP no ano de 2023, influenciaram esse estudo, já que foram postos em prática questionamentos às mulheres gestoras a respeito do seu cotidiano, bem como perguntas sobre os principais entraves no gerenciamento da microempresa de beleza e estética. Na etapa de enfoque das entrevistas, também se realizou a junção da abordagem qualitativa com a quantitativa. Na fase quantitativa, os dados coletados foram importantes para medir determinado evento investigado. Segundo Gil (2002, p.51), as pesquisas quantitativas consideram que tudo pode ser contável, ou seja, que sejam geradas informações a partir de números para assim classificá-los e analisá-los. Nesse âmbito, a utilização de ferramentas como o Google forms⁷ para reunir dados da fase de análise ambiental externa do salão de beleza e estética de Andrea Costa na Vila Natal, gerando gráficos acerca dos resultados recolhidos, se apresentou como aplicação fidedigna da proposta quantitativa descrita pelo autor Gil.

2.5 O CENÁRIO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM CUBATÃO/SP

Partindo-se do intuito de conhecer o cenário do empreendedorismo feminino na cidade de Cubatão/SP, foi elaborada uma pesquisa de campo por meio de um formulário, na qual foram adquiridas respostas fundamentais para maior conhecimento acerca dos negócios geridos por mulheres. Foram inicialmente realizados questionamentos de caráter demográfico com a intencionalidade de adquirir maior conhecimento da zona de atuação das empreendedoras de beleza e estética. Nesse contexto, percebeu-se que, a maioria das prestadoras de serviços estão localizadas em áreas distantes do centro da cidade. O primeiro formulário idealizado conteve 8 respostas de empreendedoras de diferentes localidades de Cubatão. As entrevistadas afirmaram que utilizam planejamento na empresa por meio de agendas físicas e anotações, além disso, metade do público não utiliza ferramentas tecnológicas no gerenciamento do negócio, o que realça a necessidade de utilizar mecanismos tecnológicos para melhorar a eficiência e qualidade no atendimento ao cliente, por exemplo. Além de que, quando questionadas sobre o impacto de um

⁷ O Google forms é um mecanismo gratuito gerador de *insights* com dados obtidos via questionamentos em formulários, que foi lançado pelo Google em 2018.

planejamento na empresa, as empreendedoras demonstraram não saber a relevância da ferramenta. Buscando-se conhecer pessoas que vivenciam a prática de administrar uma empresa, os técnicos em administração participaram, em 8 outubro do ano de 2023, de uma Feira para mulheres empreendedoras do perímetro cubatense (II MAEC) na ACIC - Associação Comercial e Industrial de Cubatão, a qual foi promovida pela junção de 45 empreendedores. No evento, foi possível dialogar com empreendedoras, as quais relataram os desafios de empreender e, em sua maioria, contaram que decidiram seguir esse rumo profissional em virtude da necessidade de ter uma renda extra no período pandêmico da Covid-19. Percebeu-se, conseqüentemente, a relevância do empreendedorismo no cotidiano de mulheres, já que o ato de gerenciar é um mecanismo que pode trazer o sentimento de crescimento na autoestima e na criatividade, além de impulsionar a economia da cidade, tendo em vista a característica de determinação presente no público feminino apesar das mazelas enfrentadas.

2.6 Pesquisa aplicada em salão de beleza e estética no bairro Vila Natal

Primordialmente, é necessário contextualizar a empresa escolhida para aprofundar os estudos entre o período de fevereiro e dezembro de 2023. O salão de beleza e estética está localizado no bairro Vila Natal na cidade de Cubatão/SP, tendo como proprietária e única prestadora de serviços, Andrea Costa, a qual trabalha na área da estética há 15 anos. Os procedimentos oferecidos por ela são: limpeza de pele, depilação, lábios, alongamento de cílios, sobrancelhas e tratamento para a pele. Durante o período de realização do estudo, foram utilizados formulários para os clientes da empreendedora, caracterizando uma investigação do ambiente externo a ela, nos quais questionou-se a respeito do atendimento do salão, bem como com relação aos serviços oferecidos, nos quais foi possível visualizar que, em geral, o atendimento e o local foram avaliados de forma satisfatória à Andrea. As 21 pessoas entrevistadas também responderam sobre a forma com que tiveram conhecimento acerca dos serviços prestados por ela: 50% conheceram o salão por intermédio de familiares, 35% por meio de amigos e os outros 15% se dividiram entre colegas de trabalho e plataformas digitais, como o Instagram. A pergunta foi feita a fim de identificar quais os meios mais efetivos para alcançar novos usuários e percebeu-se

o *networking*⁸ como ponto forte da empresa. Em seguida, ficou notório que dentre as opções de serviços disponibilizados por Andrea, os procedimentos que envolvem sobrancelhas e tratamentos de pele representam 47,6% e 23,8% respectivamente, totalizando a maioria. Sendo assim, é possível idealizar a possibilidade de foco em um determinado setor, possibilitando a adoção de estratégias que visam o lucro. A respeito da satisfação dos clientes, foram obtidos *feedbacks* favoráveis ao seu atendimento, entretanto, ainda existem muitas respostas que avaliam esse processo de uma forma negativa. Além disso, questões que ameaçam o salão de Andrea são as avaliações negativas a respeito da demora no agendamento de procedimentos, nas quais também foram obtidas muitas avaliações destacando esse quesito. Além disso, quando questionamos o público-alvo do salão sobre a indicação de seu trabalho, 76,2% dos entrevistados destacam que recomendariam o salão de Andrea Costa para outras pessoas, demonstrando que mesmo com dificuldades, a empreendedora consegue realizar um bom serviço e satisfazer clientes.

Outro aspecto externo investigado foi a visão dos moradores do perímetro do salão com relação à existência da empresa. Realizou-se as seguintes indagações: “Você conhece algum salão de beleza e estética por aqui? Qual o nome da proprietária?” Ambas as perguntas foram realizadas com a intencionalidade de perceber se a empresa de Andrea Costa possuía presença e notoriedade no bairro. Entrevistou-se 9 mulheres empreendedoras que têm negócios próximos ao salão e 8 relataram que não conheciam o salão, apenas 1 indicou a possibilidade de conhecer, porém não soube dizer o nome com propriedade: “Eu sei que tem um aqui na rua de trás. Acho que o nome dela é Poliana.” Paralelamente, tratando da avaliação da parte interna do ambiente, ouviu-se, em um primeiro momento, a história da esteticista. Andrea expôs seus sentimentos como empreendedora e os desafios que têm pelo fato de ter que conciliar a vida de mãe, esposa e proprietária de um salão: “Uma coisa que sempre tive dificuldade foi tudo que diz respeito à administração. Eu tenho um problema muito grande na parte de marcação de horários [...] tive muita dificuldade em separar meu lado mãe, esposa e empreendedora.” Relatou Andrea, proprietária do salão. Considerando o funcionamento da empresa, verificou-se, em conformidade com o diálogo estabelecido com Andrea, a ausência de planejamento e organização

⁸ O termo “*Networking*” significa “rede de contatos”, sendo importante no ambiente profissional, visto que possibilita o alcance de maiores públicos em virtude das trocas de experiências com produtos e serviços.

no ambiente de trabalho, principalmente com relação ao tratamento com os clientes, como por exemplo a demora no atendimento via WhatsApp constatada pela equipe técnica, o que pode repercutir na má impressão dos novos clientes a respeito da empresa, haja visto que a lentidão no contato com os clientes desencadeia no atraso de agendamentos. Outrossim, a proprietária contou que utiliza uma agenda física para organizar compromissos e horários dos clientes e, que apesar de possuir equipamentos tecnológicos, como aparelho celular e notebook, não sabe os utilizar favoravelmente. Ademais, Andrea não realiza controle orçamentário da entidade jurídica, o que faz com que ela obtenha ao final do mês mais despesas do que receitas: “Muitas vezes, tenho que tirar o dinheiro da minha conta pessoal para pagar as contas do salão.” Evidenciou-se, assim, a necessidade de Andrea utilizar práticas administrativas juntamente à IA para facilitar a rotina e a gestão da organização.

Combinando-se as técnicas administrativas de Kotler (2018) com a presente pesquisa foram admitidas as etapas de definição de missão, visão e valores como primeiro passo na definição do Planejamento estratégico. Tendo em vista o público-alvo do salão ser, em grande maioria, jovens a partir dos 16 anos e mulheres, possuindo também uma parcela pequena de homens, pessoas as quais procuram preços mais acessíveis e serviços de qualidade, foram elaboradas tecnicamente as seguintes declarações para auxiliar a empreendedora a atrair novos clientes: Missão: Proporcionar bem-estar e autoestima às pessoas por meio do embelezamento estético; Visão: Ser uma empresa de estética reconhecida na cidade de Cubatão/SP; Valores: Preservar a excelência nos serviços e a satisfação dos clientes. Ademais, para tornar possível a implementação de um PE adequado, utilizou-se um quadro de representação da SWOT feito para Andrea Costa, no qual foram organizados tópicos decorrentes da análise de seu ambiente empresarial:

Figura 2: Representação da matriz SWOT do salão



Fonte: O grupo, 2023.

3 INTERVENÇÃO TÉCNICA

Percebeu-se, ao decorrer dessa comunicação de pesquisa, que o público empreendedor feminino não utiliza recursos tecnológicos em processos empresariais. Com base nisso, viu-se a necessidade de qualificar mulheres empreendedoras acerca da utilização de IA em salões de beleza e estética.

Figura 3: Treinamento para mulheres empreendedoras: como aplicar IA no seu negócio.



Fonte: O grupo, 2023

Como proposta de intervenção técnica, foi aplicado um treinamento para mulheres empreendedoras no dia 13 de novembro de 2023 na Escola Técnica Estadual de Cubatão às 19h, no qual estiveram presentes 40 participantes - estudantes de 1º módulo do ensino técnico em administração, juntamente à presença de mulheres proprietárias de empresas na cidade, como Andrea Costa, empreendedora utilizada como modelo nesse artigo. O objetivo do treinamento foi ensinar o público a utilizar práticas administrativas aliadas ao uso de IA, no qual foi ensinado conceitos de administração, a importância do Planejamento Estratégico, as etapas de missão, visão e valores, bem como a interpretação do ambiente interno e externo, além da apresentação da Matriz SWOT como ferramenta administrativa, que melhor dispõe os dados coletados do ambiente empresarial, com o intuito de nortear as decisões empresariais. Também foi passado para as mulheres, a respeito do uso das IAs nos negócios de beleza e estética. Foram abordados conceitos acerca desse tipo de tecnologia, além de apresentado um método desenvolvido pelos Técnicos para orientar as empreendedoras a fornecerem comandos (*prompts*) da maneira adequada

aos *chatbots* ChatGPT e BingAI⁹, com o intuito de receber respostas adequadas à realidade da organização. O método desenvolvido foi intitulado CAI- Contexto, Análise, Intenção, que têm como passo a passo contextualizar sobre seu negócio, abordar as análises previamente discutidas e demonstrar a intencionalidade para o software escolhido. Ao final da ação social, foram disponibilizados certificados digitais aos participantes conjuntamente a um eBook¹⁰, o qual continha todo o material utilizado pela equipe no treinamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa comunicação de pesquisa objetivou estudar a utilização de mecanismos tecnológicos em associação ao Planejamento Estratégico, com a intencionalidade de catalisar empresas geridas por mulheres empreendedoras do ramo da beleza e estética em Cubatão/SP a partir da aplicação dos seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa aplicada; método hipotético-dedutivo; intuito descritivo-exploratório; entrevistas para coleta e análise de dados a partir de uma abordagem quali-quantitativa. Para identificar limites e/ou possibilidades com relação ao uso de tecnologias que pudessem repercutir nas ações consequentes da análise de ambiente interno e externo nas organizações gerenciadas por mulheres em Cubatão/SP, notou-se que a ausência de um saber técnico acerca das possibilidades de uso de IA em práticas administrativas se classifica como um limite, porque apesar de terem aparelhos eletrônicos como celulares, as empreendedoras não os utilizam de forma favorável. Outrossim, confirmou-se os 4 objetivos específicos em alinhamento às hipóteses. Com relação ao primeiro, verificou-se que poderiam ser utilizadas as inteligências artificiais ChatGPT (criada pela empresa OpenAI) e a BingAI (idealizada pela Microsoft) para direcionar a tomada de decisão das empreendedoras, já que se realizaram testes com prompts adequados que forneceram diversas possibilidades a serem seguidas. O segundo objetivo específico se cumpriu pela participação da equipe na II Feira MAEC do município, na qual ouviu-se relatos de empreendedoras a respeito das dificuldades e preconceitos sobre a atuação da mulher no mercado. No terceiro objetivo específico, verificou-se que as mulheres gestoras de salões

⁹ Link de acesso para os *chatbots*: <https://chat.openai.com/> (ChatGPT) e <https://www.bing.com/search?form=NTPQL1&q=Bing+AI&showconv=1> (BingAI).

¹⁰ Acesso para o eBook idealizado pelos autores como produto da proposta de intervenção, a fim de orientar mulheres empreendedoras para o uso otimizado de IA em prol de ações estratégicas nas empresas: <https://heyzine.com/flip-book/eeacbd1c22.html>.

demonstraram não saber a relevância de utilizar o Planejamento Estratégico em seus negócios, além de que, não utilizam ferramentas tecnológicas no gerenciamento das empresas. Já no quarto, foi possível verificar que a aplicação de *prompts* adequados à realidade das empresas gerenciadas por mulheres facilitam tomadas de decisão em questão de segundos, em contraponto, a atuação de Técnicos levaria mais tempo, já que esse estudo subsistiu por cerca de um ano. Portanto, recomenda-se, em questão, a admissão de Técnicos de administração por parte da Prefeitura Municipal, a fim de promover treinamentos para empreendedoras acerca do uso de *prompts* de IA para catalisar processos em seus negócios e impulsionar a economia da cidade.

No que tangenciou a aplicação de um treinamento para mulheres empreendedoras, pôde-se dizer que a intervenção foi fundamental, pois em conformidade às hipóteses, empreendedoras entrevistadas tanto na Feira MAEC quanto em bairros distantes do centro de Cubatão/SP demonstraram não ter qualificação para utilizar práticas administrativas, além de não utilizarem IA em seus salões e estarem no mundo empresarial há muitos anos, como no caso de Andrea Costa, que está no mercado da estética há 15 anos, comprovando que empresas podem obter longevidade sem a aplicação do Planejamento Estratégico. Outrossim, tendo em vista o problema de pesquisa: “Como o uso de tecnologias pode direcionar as escolhas de mulheres empreendedoras a partir da análise de ambiente interno e externo em suas microempresas?”, verificou-se que a exploração do método CAI em microempresas é fulcral, já que o mecanismo idealizado pela equipe técnica forneceu, em poucos segundos, inúmeras dicas de marketing digital, ideias para fidelizar clientes, instruções para montar planilhas digitais com agendamento de horários e até mesmo opções de nomes relevantes para patentear uma empresa, economizando tempo e proporcionando praticidade.

Sugere-se, nesse âmbito, para futuras pesquisas, uma maior abrangência de investigação em outras regiões da cidade, já que por escassez de tempo não foi possível aprofundar a aplicabilidade do Planejamento estratégico aliado ao uso de tecnologias em empresas geridas por mulheres em todos os bairros de Cubatão/SP.

REFERÊNCIAS

BENTO, Brenda. **No Dia do Empreendedorismo Feminino, mulheres falam sobre os sonhos e dificuldades da independência profissional.** G1, nov. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2021/11/19/no-dia-do-empreendedorismo-feminino-mulheres-falam-sobre-os-sonhos-e-dificuldades-da-independencia-profissional.ghtml>. Acesso em: 13 maio. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública.** 3. ed. Barueri: Manole, 2012. Disponível em: https://www.academia.edu/91386497/Administra%C3%A7%C3%A3o_Geral_e_P%C3%BAblica_Chiavenato. Acesso em: 10. out. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos.** Elsevier, 2004. Disponível em: <https://pdfcoffee.com/chiaavenato-administraao-nos-novos-tempos-pdf-free.html>. Acesso em: 10. Out. 2023.

DALMOLIN, Giovana. **Análise estratégica para um microempreendedor individual de varejo de vestuário.** 2018. Disponível em <http://hdl.handle.net/123456789/303> Acesso em 12 maio 2023.

GIL, Antônio. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** Atlas, 2002. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 15. set. 2023.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de Marketing.** Pearson, 2018. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7519481/mod_resource/content/0/Administrac%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2015%20AA%20Edic%C3%A7%C3%A3o_compressed.pdf. Acesso em: 10. Out. 2023

MANZINI, Eduardo. **ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA: ANÁLISE DE OBJETIVOS E DE ROTEIROS.** USC, 2004. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Manzini_2004_entrevista_semi-estruturada.pdf. Acesso em: 27. set. 2023.

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva. **Fundamentos da Metodologia Científica.** Atlas, 2003. Disponível em: https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/view. Acesso em: 10. out. 2023.

MATTAR, Fauze. **Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento.** 2012. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/412492786/Fauze-Najib-Mattar-Auth-Pesquisa-de-Marketing-2012>. Acesso em: 11. out. 2023.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Os objetivos de desenvolvimento sustentável no Brasil.** 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 12 maio 2023.

POPPER, Karl. **A Lógica da Pesquisa Científica.** Cultrix, 1972. Disponível em: <https://ocondedemontecristo.files.wordpress.com/2011/05/popper-karl-a-logica-da-pesquisa-cientifica.pdf>. Acesso em: 10. out. 2023.

SEBRAE. **Negócios liderados por mulheres: desafios e ações necessárias.** 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/negocios-liderados-por-mulheres-desafios-e-acoes-necessarias,fed29caf41ad1810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 maio 2023.

SEBRAE. **Por que pequenas empresas devem trabalhar com tecnologia?** 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-pequenas-empresas-devem-trabalhar-com-tecnologia,ccb785ada9c95810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 12 maio 2023.

SHANDWICK, Weber. **Estudo IBM: 41% das empresas no Brasil já implementaram ativamente Inteligência Artificial em seus negócios.** IBM, 2022. Disponível em: <https://www.ibm.com/blogs/ibm-comunica/estudo-ibm-41-das-empresas-no-brasil-ja-implementaram-ativamente-inteligencia-artificial-em-seus-negocios/>. Acesso em: 27. out. 2023.

WEBER, Mariana. **Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo.** Forbes, Jul. 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: 02. out. 2023.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark; PARNELL, John. **Administração Estratégica.** Atlas, 2009. Disponível em: <https://comexitape.files.wordpress.com/2013/02/wright-administrac3a7c3a3o-estratc3a9gica-01-introduc3a7c3a3o-c3a0-administrac3a7c3a3o-estratc3a9gica.pdf>. Acesso em: 12. out. 2023.

ZANELLA, Liane. **Metodologia da Pesquisa.** UFSC, 2006. Disponível em: http://arquivos.eadadm.ufsc.br/EaDADM/PP1_2007_1/Modulo_1/Metologia_da_pesq uisa/Material_didatico/Metodologia_da_Pesquisa.pdf. Acesso em: 10. out. 2023.