



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

JANAINA VELOSO ASSIS DA SILVA

**A ESTÉTICA COMO CAMINHO PARA A AUTONOMIA FINANCEIRA FEMININA:
estudo de campo em Regeneração-PI**

ANGICAL DO PIAUÍ - PIAUÍ

2026

JANAINA VELOSO ASSIS DA SILVA

A ESTÉTICA COMO CAMINHO PARA A AUTONOMIA FINANCEIRA FEMININA:
estudo de campo em Regeneração-PI

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Angical.

Orientador: Bekembauer Procópio Rocha

ANGICAL DO PIAUÍ - PIAUÍ

2026

A ESTÉTICA COMO CAMINHO PARA A AUTONOMIA FINANCEIRA FEMININA: estudo de campo em Regeneração-PI

Janaina Veloso Assis da Silva¹
Bekembauer Procópio Rocha²

RESUMO

Este estudo investigou a contribuição do trabalho na área da estética para a autonomia financeira feminina no município de Regeneração-PI. O objetivo geral foi analisar como a atuação profissional nesse setor impulsiona a independência econômica das mulheres locais. A metodologia empregou uma abordagem mista e descritiva, com coleta de dados realizada por meio de questionário estruturado aplicado a 25 profissionais da estética, e análise estatística descritiva dos resultados. Os achados revelam que as participantes, majoritariamente com ensino superior ou médio e experiência consolidada, são motivadas pelo desejo de autogestão e vocação, apesar de enfrentarem desafios como custos elevados e escassez de clientes. Embora a gestão financeira pessoal e profissional ainda se misture, a renda obtida é percebida como suficiente para cobrir despesas e a maioria das mulheres exerce total controle sobre seus ganhos. As considerações finais apontam que o setor de estética funciona como um catalisador de empoderamento, promovendo maior independência e reconhecimento social e familiar, apesar da necessidade de aprimoramento na gestão financeira e de políticas de apoio ao microempreendedorismo. O trabalho na estética é um caminho potente para o desenvolvimento socioeconômico local.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; autonomia financeira; estética; empoderamento; Piauí.

ABSTRACT

This study investigates the contribution of work in the aesthetics field to female financial autonomy in the municipality of Regeneração-PI. The general objective was to analyze how professional activity in this sector drives the economic independence of local women. The methodology employed a qualitative and descriptive approach, with data collected through a structured questionnaire applied to 25 aesthetics professionals, and descriptive statistical analysis of the results. Findings reveal that participants, mostly with higher or secondary education and consolidated experience, are motivated by the desire for self-management and vocation, despite facing challenges such as high costs and scarcity of clients. Although personal and professional financial management still intertwine, the income obtained is perceived as sufficient to cover expenses, and most women exercise full control over their earnings. Final considerations indicate that the aesthetics sector acts as a catalyst for empowerment, promoting greater independence and social and family recognition, despite the need for improvement in financial management and public policies supporting local micro-

¹ Graduanda em Bacharelado em Administração. Instituto Federal do Piauí.
caang.2022119badm0595@aluno.ifpi.edu.br.

² Professor-orientador vinculado ao curso de Bacharelado em Administração. Instituto Federal do Piauí. bekembauer.procoppio@ifpi.edu.br.

entrepreneurship. Work in aesthetics is a powerful path for local socioeconomic development.

Keywords: female entrepreneurship; financial autonomy; aesthetics; empowerment; Piauí.

Data de aprovação: 29/07/2026

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino contemporâneo no Brasil transcende a mera atividade econômica, consolidando-se como um fenômeno social de empoderamento e uma via estratégica para a conquista da autonomia financeira. Segundo Nazario e Lobo (2024), essa busca por independência reflete o desejo das mulheres de superar barreiras históricas e econômicas, permitindo uma gestão direta sobre suas trajetórias de vida e recursos financeiros. A autonomia financeira, nesse contexto, é compreendida como a capacidade de tomar decisões inteligentes, reduzindo a vulnerabilidade social e fortalecendo a importância feminina diante das desigualdades de gênero ainda persistentes na sociedade brasileira (LIMA et al., 2021).

Embora o avanço do protagonismo feminino seja visível em centros urbanos, sua manifestação em municípios de pequeno porte revela nuances específicas de resistência e adaptação. Em localidades onde os desafios estruturais são mais acentuados, o ato de empreender torna-se uma ferramenta vital de inclusão produtiva. Este estudo volta seu olhar para o município de Regeneração, no Piauí, que possui cerca de 17.133 habitantes (IBGE, 2023) e um Índice de Desenvolvimento Humano de 0,591 (IBGE, 2010). O cenário local exemplifica a realidade de muitas cidades do interior brasileiro que, apesar das limitações históricas, buscam no empreendedorismo caminhos para a melhoria das condições de vida de sua população.

A questão central que guiou esta pesquisa foi: Como o trabalho na área da estética contribui para a autonomia financeira das mulheres em Regeneração-PI, considerando os desafios e as oportunidades específicas do contexto local?

Para responder a essa pergunta, estabeleceu-se como objetivo geral analisar de que forma a atuação profissional na área da estética impulsiona a autonomia financeira das mulheres de Regeneração-PI. Os objetivos específicos foram: identificar o perfil socioeconômico das profissionais do setor; compreender as

motivações pessoais e profissionais para o empreendedorismo na área; analisar a influência da renda obtida na gestão financeira pessoal e familiar; e discutir a percepção dessas mulheres sobre o empoderamento e a autonomia conquistados.

A relevância deste estudo reside na exploração da tríade empreendedorismo feminino, estética e autonomia em contextos de pequenos municípios, uma área que demanda maior aprofundamento acadêmico recente. Socialmente, o setor de estética tem se mostrado um dos mais resilientes e acessíveis para a inclusão produtiva feminina, conforme apontam dados do SEBRAE (2024). Academicamente, a pesquisa poderá contribuir para o debate sobre a emancipação econômica das mulheres no interior do país, valorizando suas histórias e demonstrando como o trabalho técnico e gerencial na estética pode atuar como um agente transformador da realidade subjetiva e social.

O artigo está organizado em cinco seções, iniciando-se pela introdução, seguida da fundamentação teórica, metodologia, análise dos dados e considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta etapa, serão apresentados os principais conceitos e discussões teóricas que fundamentam a pesquisa, com destaque para o empreendedorismo feminino, a autonomia e independência financeira, o empoderamento econômico feminino, o mercado da estética e o empoderamento feminino. Esses conceitos são fundamentais para compreender de que maneira a atuação profissional na área da estética pode contribuir para a autonomia financeira das mulheres em Regeneração-PI.

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo feminino no Brasil é caracterizado pela capacidade de resiliência e inovação na gestão de negócios próprios. Recentemente, esse fenômeno tem sido impulsionado não apenas pela necessidade de complementação de renda, mas pelo desejo intrínseco de realização profissional e emancipação social (NAZARIO; LOBO, 2024). O ato de empreender permite que a mulher ocupe espaços de poder e decisão, desafiando estruturas tradicionais que historicamente limitaram

sua atuação ao ambiente doméstico ou a cargos de menor prestígio no mercado formal.

Para além da dimensão econômica, o empreendedorismo é visto como uma estratégia de enfrentamento às desigualdades de gênero. Conforme destacam Lima et al. (2021), o processo de tornar-se empreendedora abre caminhos para o empoderamento, despertando a conscientização sobre o papel e as possibilidades da mulher na sociedade contemporânea. Especialmente em setores flexíveis, como o de estética, o empreendedorismo oferece uma alternativa de subsistência digna, permitindo que mulheres em situações de vulnerabilidade "descortinem" as discriminações historicamente impostas e construam novas trajetórias de autonomia (ALMEIDA, 2023).

2.1.1 Motivações para o empreender: necessidade versus oportunidade

O ato de empreender é frequentemente categorizado por suas motivações subjacentes, sendo a distinção entre necessidade e oportunidade um dos pilares da análise do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). O empreendedorismo por oportunidade ocorre quando o indivíduo identifica uma lacuna no mercado ou uma possibilidade de inovação e decide iniciar um negócio por escolha deliberada, visando maior lucratividade ou realização pessoal (GEM, 2023). Segundo Nazario e Lobo (2024), este perfil tende a possuir um planejamento mais estruturado e maior acesso a recursos iniciais, o que geralmente resulta em negócios com maior potencial de crescimento e sustentabilidade a longo prazo.

Por outro lado, o empreendedorismo por necessidade é impulsionado pela ausência de alternativas viáveis de geração de renda no mercado de trabalho formal ou por situações de desemprego. Como explica Rocha (2014), este tipo de empreendedorismo está intrinsecamente ligado a períodos de retração econômica e à busca pela subsistência básica. No contexto feminino, a necessidade muitas vezes se mescla à busca por flexibilidade de horários para conciliar as demandas domésticas e de cuidado, o que pode limitar o crescimento do negócio, mas serve como uma ferramenta vital de sobrevivência e resistência econômica (ALMEIDA, 2023).

2.2 AUTONOMIA E INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA

A autonomia financeira é definida pela capacidade da mulher de gerar sua própria renda e exercer controle total sobre a aplicação desses recursos, garantindo estabilidade sem a dependência de terceiros. De acordo com Lima et al. (2021), a independência financeira obtida através do próprio negócio é um divisor de águas, sendo fundamental para a quebra de ciclos de dependência e para o fortalecimento da agência feminina, a capacidade de definir e agir sobre seus próprios objetivos.

É fundamental, contudo, estabelecer uma distinção clara entre os conceitos de autonomia financeira e independência econômica, que embora correlacionados, operam em dimensões distintas da agência feminina. A independência econômica refere-se primordialmente à autossuficiência material, ou seja, à posse de recursos próprios que eliminam a necessidade de suporte financeiro externo para a subsistência básica. Já a autonomia financeira transcende a mera disponibilidade de capital; ela reside na soberania sobre a gestão desses recursos, implicando na liberdade real de decidir como, onde e quando aplicá-los de acordo com os próprios projetos de vida (SEN, 2000; MARIANO, 2021). Enquanto a independência garante o 'ter', a autonomia assegura o 'poder decidir', sendo este último o verdadeiro motor para o rompimento de amarras sociais e relacionais.

Nesse sentido, a renda gerada no setor de estética em Regeneração-PI deve ser analisada por sua capacidade de expandir as escolhas e o bem-estar das mulheres. A conquista da independência econômica confere à mulher o poder de decisão sobre sua vida pessoal e familiar, sendo um fator decisivo na superação de vulnerabilidades sociais. Como reforça o SEBRAE (2024), o planejamento financeiro e a gestão autônoma dos recursos são pilares que garantem que o empreendedorismo se converta em liberdade real e segurança de longo prazo.

2.2.1 Teoria do empoderamento econômico feminino

O empoderamento econômico feminino é um conceito multidimensional que transcende o simples acesso ao capital. De acordo com a teoria de Naila Kabeer (2012), o empoderamento reside na capacidade de fazer escolhas estratégicas de vida em contextos onde essa capacidade era anteriormente negada. Para Kabeer,

esse processo envolve três dimensões interdependentes: o acesso a recursos (materiais, humanos e sociais), a agência (a capacidade de definir objetivos e agir sobre eles) e as realizações (os resultados tangíveis dessas escolhas).

Complementarmente, Amartya Sen (2000) argumenta que o desenvolvimento deve ser visto como a expansão das liberdades reais que as pessoas desfrutam. No caso das mulheres, o empoderamento econômico atua como um motor de "agência", permitindo que elas deixem de ser vistas como receptoras passivas de assistência para se tornarem agentes ativas de mudança social. Jo Rowlands (1998) amplia essa visão ao distinguir o "poder sobre" (dominação) do "poder para" (capacidade de agir), do "poder com" (ação coletiva) e do "poder de dentro" (autoestima e consciência), sugerindo que o empoderamento econômico é o ponto de partida para que a mulher reconheça seu valor e reivindique seus direitos em todas as esferas da vida.

2.3 MERCADO DA ESTÉTICA E BELEZA

O mercado de estética e beleza no Brasil consolidou-se como um dos setores mais dinâmicos e resilientes da economia nacional, ocupando a quarta posição no ranking global (ABIHPEC, 2023). Este segmento é particularmente atrativo para o público feminino devido às baixas barreiras de entrada, à possibilidade de capacitação rápida e à demanda constante por serviços. Dados da Euromonitor (2025) indicam que o setor movimenta bilhões anualmente, demonstrando ser um terreno fértil para a inclusão produtiva e a geração de renda autônoma.

Contudo, é necessário observar que a predominância feminina neste setor reflete tanto uma afinidade cultural quanto uma resposta às estruturas da divisão sexual do trabalho. Embora o mercado da estética abra portas concretas para a profissionalização, estudos recentes sugerem a importância de investigar se essa autonomia é plena ou se permanece circunscrita a nichos socialmente predeterminados (NAZARIO; LOBO, 2024). A estética, portanto, não deve ser vista apenas sob a ótica da vaidade, mas como uma ferramenta de capital social e econômico que pode ser convertida em reconhecimento e mobilidade social, especialmente em contextos de cidades menores onde as redes de relacionamento são fundamentais.

2.4 EMPODERAMENTO FEMININO

O empoderamento feminino é um processo multidimensional que envolve o acesso a recursos, a capacidade de agência e a obtenção de realizações concretas. No âmbito econômico, o empoderamento manifesta-se quando a mulher assume o protagonismo de sua vida financeira, desafiando estereótipos e redefinindo seu lugar na comunidade (LIMA et al., 2021). A atividade profissional na estética atua como um catalisador desse processo, elevando a autoestima e conferindo uma liberdade que repercute em múltiplas dimensões da vida subjetiva.

Ao desenvolver competências técnicas e gerenciais, as empreendedoras ampliam sua percepção de capacidade, o que fortalece o sentimento de pertencimento a espaços de decisão. Além da satisfação individual, o empoderamento pleno deve ser avaliado por sua capacidade de gerar uma agência coletiva, capaz de transformar normas sociais e incentivar a participação ativa das mulheres na vida política e social de suas comunidades (MARIANO, 2021). Assim, o trabalho na estética em Regeneração-PI é analisado não apenas como um negócio, mas como um movimento de transformação social e afirmação identitária.

3. METODOLOGIA

Esta seção detalha o percurso metodológico trilhado para alcançar os objetivos da pesquisa, explicitando a natureza do estudo, a abordagem adotada, o local de realização, o perfil das participantes, os instrumentos de coleta e as técnicas de análise dos dados.

3.1 NATUREZA E ABORDAGEM DA PESQUISA

A pesquisa caracterizou-se por uma abordagem mista (quantitativa e qualitativa) e de caráter descritivo. A opção pelos métodos mistos justificou-se pela necessidade de obter uma compreensão mais abrangente do fenômeno, combinando a precisão dos dados numéricos com a profundidade das percepções subjetivas. Conforme pontuam Creswell e Clark (2013), a pesquisa de métodos mistos envolve a

coleta e a análise de dados quantitativos e qualitativos em resposta a questões de pesquisa, permitindo que a combinação de ambas as abordagens forneça um entendimento melhor do problema do que apenas uma delas isoladamente.

O caráter descritivo da investigação permitiu traçar um panorama detalhado das características do grupo estudado e das variáveis que envolvem a autonomia financeira feminina. Segundo Gil (2019), as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Complementarmente, Lakatos e Marconi (2017) afirmam que esse tipo de estudo busca identificar, registrar e analisar os fatos sem manipulá-los, o que foi essencial para descrever o perfil socioeconômico e as motivações das empreendedoras da estética em Regeneração-PI.

3.2 LOCAL E PARTICIPANTES DO ESTUDO

O estudo foi realizado no município de Regeneração-PI. A escolha do local foi estratégica, visando analisar uma realidade específica do interior piauiense, considerando as condições socioeconômicas locais que moldaram o trabalho e o empreendedorismo feminino no setor de estética.

As participantes foram mulheres que atuaram no setor de estética, incluindo cabeleireiras, manicures, maquiadoras e esteticistas. A seleção ocorreu por meio de amostragem por conveniência, técnica adequada para estudos onde não há um registro oficial exato do universo total da população (LAKATOS; MARCONI, 2017). A amostra final foi composta por 25 profissionais, número que permitiu a representatividade necessária para a análise estatística descritiva e para a captura da diversidade de experiências dentro do ramo.

De acordo com levantamento realizado pelo SEBRAE (2024), o município de Regeneração-PI conta com um ecossistema empreendedor em crescimento.

No setor específico de Serviços Pessoais, que engloba as atividades de estética e cuidados com a beleza (CNAEs 9602-5/01 e 9602-5/02), identificou-se a existência de aproximadamente 45 a 60 estabelecimentos formais ativos na cidade, majoritariamente registrados como Microempreendedores Individuais (MEI). É importante ressaltar que este número refere-se apenas aos profissionais formalizados;

estima-se que o número real de profissionais atuantes seja superior, considerando a informalidade característica do setor em municípios de pequeno porte.

Deste universo, a pesquisa contou com a participação de 25 profissionais, representando uma parcela expressiva dos trabalhadores do mercado local. Esse quantitativo possibilitou a obtenção de informações para a análise dos dados, contribuindo para uma compreensão da realidade investigada.

3.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi executada por meio de um questionário estruturado, aplicado digitalmente através da plataforma Google Forms durante o mês de maio de 2026. O instrumento foi composto por perguntas fechadas voltadas à caracterização socioeconômica e financeira.

A utilização do questionário estruturado garantiu a padronização da coleta e minimizou a interferência, assegurando que todas as participantes respondessem às mesmas questões sob condições idênticas. Como observa Flick (2009), essa técnica facilita a comparação direta entre as respostas e a posterior quantificação dos dados. Ressalta-se que todos os preceitos éticos foram respeitados, garantindo o sigilo, a confidencialidade e o anonimato das informações fornecidas.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

Para a análise dos resultados, empregou-se a análise estatística descritiva para os dados quantitativos e a análise de conteúdo para os dados qualitativos provenientes das questões abertas. Os dados coletados foram organizados em planilhas eletrônicas do Microsoft Excel, permitindo a mensuração das percepções sobre renda, independência e gestão financeira. Esse processo de análise foi dividido em três etapas:

1. Consolidação dos dados: As respostas foram extraídas da plataforma digital (Google Forms) e revisadas para garantir a integridade do banco de dados.
2. Categorização: Os dados quantitativos foram sintetizados em tabelas e gráficos para facilitar a visualização das tendências.

3. Inferência e cruzamento teórico: Os resultados foram confrontados com o referencial teórico adotado, permitindo responder à questão de pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção, apresentam-se os resultados obtidos por meio do questionário estruturado aplicado a 25 mulheres que atuam no setor de estética no município de Regeneração-PI. Os dados foram organizados para traçar o perfil socioeconômico, as motivações, os desafios e a percepção de autonomia dessas profissionais.

4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO E PROFISSIONAL

O perfil das respondentes revela um grupo diverso em termos de idade e escolaridade. A maioria das profissionais possui ensino superior (48%) ou ensino médio (36%), o que indica uma busca por qualificação, mesmo em um setor que muitas vezes começa de forma informal.

No que diz respeito à experiência, a maioria atua na área entre 2 a 5 anos (44%) ou de 6 a 10 anos (36%), demonstrando que o setor de estética em Regeneração-PI não é apenas uma ocupação passageira, mas uma escolha de carreira estabelecida, conforme o Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 – Faixa etária das respondentes

Faixa Etária	Porcentagem
26 a 35 anos	44%
36 a 45 anos	32%
18 a 25 anos	16%
46 anos ou mais	8%

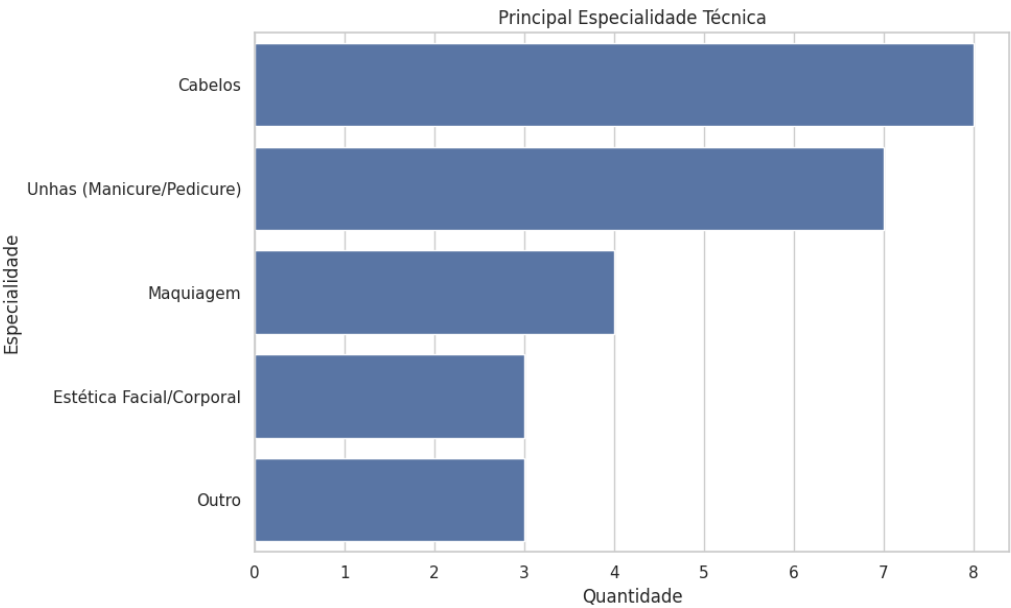
Fonte: elaboração própria (2026)

A predominância de profissionais com formação superior ou técnica indica que o setor de estética em Regeneração-PI tem se tornado um espaço de profissionalização estratégica, superando a visão tradicional de ocupação meramente complementar.

Segundo Adelina (2024), essa busca por qualificação reflete a transição da "autodidata" para a "gestora de referência", onde o domínio técnico é utilizado como ferramenta de diferenciação em mercados competitivos. Esse movimento de especialização, observado na amostra, sugere que as mulheres locais estão convertendo o saber prático em capital intelectual, o que, conforme Silva e Oliveira (2023), é essencial para desafiar estruturas patriarcais que historicamente desvalorizaram o trabalho feminino ligado ao cuidado e à beleza.

Assim, a principal especialidade técnica entre as entrevistadas é dividida entre cabelos (28%), unhas (28%) e maquiagem (16%), conforme ilustrado no gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Principais especialidades técnicas



Fonte: elaboração própria (2026)

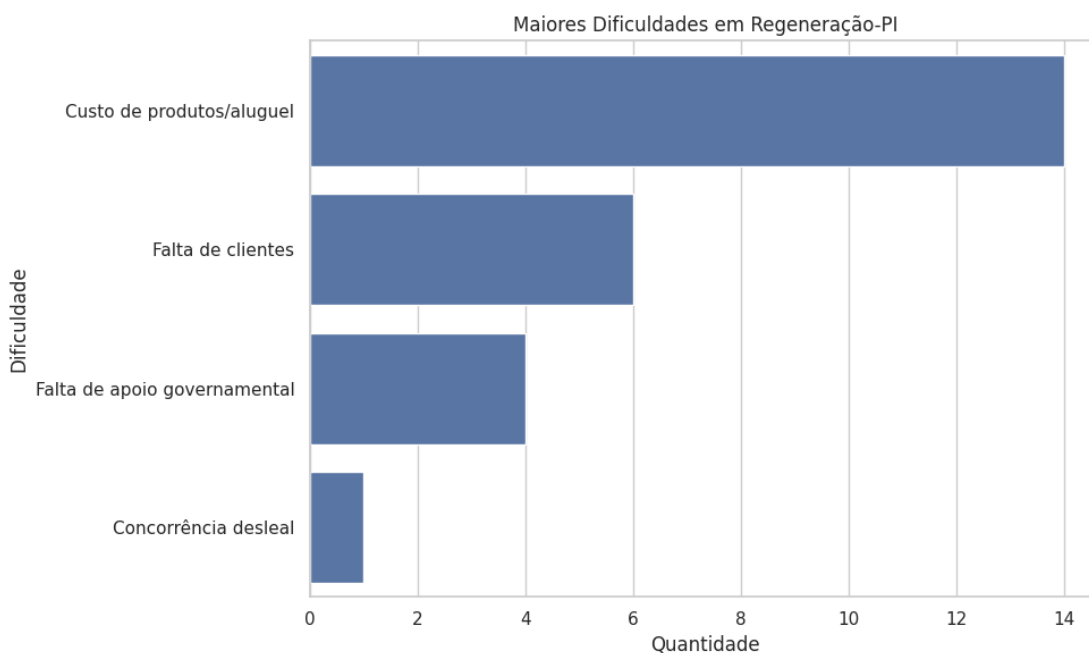
4.2 MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO LOCAL

As motivações para ingressar no setor de estética em Regeneração-PI variam, mas o "Desejo de ser sua própria chefe" (40%) e a "Vocação" (28%) são os

principais impulsionadores. Isso corrobora com Nazario e Lobo (2024), que afirmam que o empreendedorismo feminino é movido pelo desejo de realização profissional.

Entretanto, empreender em um município de pequeno porte traz desafios significativos. O "Custo de produtos/aluguel" foi citado por 52% das respondentes como a maior dificuldade, seguido pela "Falta de clientes" (24%) e "Falta de apoio governamental" (16%), conforme pode ser observado no gráfico a seguir.

Gráfico 2 – Dificuldades das empreendedoras



Fonte: elaboração própria (2026)

De acordo com Magalhães (2023), o confronto entre a motivação por vocação e os desafios de custos operacionais ajuda a explicar esse cenário: muitas dessas empreendedoras iniciam seus negócios baseadas nos meios que já possuem ("quem sou" e "o que sei fazer"), adaptando-se às restrições financeiras do município. No entanto, a persistência de barreiras como o alto custo de aluguel e a falta de apoio governamental reforça a tese de Nazario e Lobo (2022), de que a autonomia financeira plena muitas vezes é cerceada por fatores estruturais que exigem não apenas esforço individual, mas políticas públicas que facilitem o acesso ao crédito e à formalização sustentável.

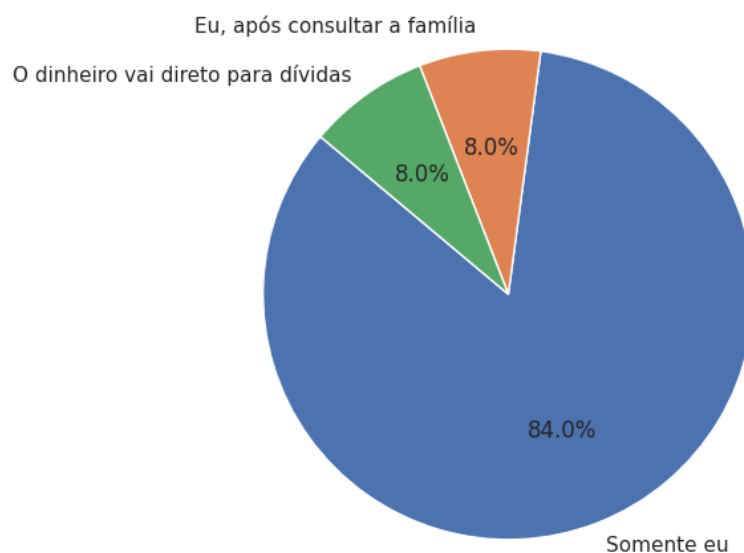
4.3 AUTONOMIA FINANCEIRA E GESTÃO DE RECURSOS

Um dos pontos centrais desta pesquisa é a autonomia financeira. Os resultados mostram que 64% das mulheres consideram que a renda da estética é suficiente para cobrir despesas, embora de forma apertada para a maioria. Apenas 12% afirmaram que a renda sobra.

Um dado alarmante sobre a gestão financeira é que 76% das entrevistadas não possuem uma conta bancária exclusiva para o negócio, misturando finanças pessoais e profissionais. Apesar disso, 40% afirmam conseguir poupar regularmente, enquanto 32% gastam tudo o que ganham no mês.

A soberania sobre a gestão dos recursos é evidente: 84% das respondentes afirmaram que "Somente eu" decido como o dinheiro ganho será gasto. Este dado é fundamental para confirmar a tese de que o trabalho na estética promove a agência feminina, conforme discutido por Mariano (2021). O quadro a seguir detalha esses dados.

Gráfico 3 – Quem decide o gasto do dinheiro



Fonte: elaboração própria (2026)

4.4 PERCEPÇÃO DE EMPODERAMENTO E INDEPENDÊNCIA

A percepção de mudança na vida dessas mulheres após o ingresso na estética é amplamente positiva. 72% afirmam sentir-se "Muito mais independente" e 24%

"Um pouco mais independente". Além disso, 92% das respondentes sentem-se "Muito orgulhosa" do trabalho que realizam.

No âmbito dos relacionamentos familiares, a autonomia financeira gerou impactos diretos: 40% afirmam que agora são "mais ouvidas" em casa e 32% declararam que agora "tomam as decisões", conforme o gráfico que se segue.

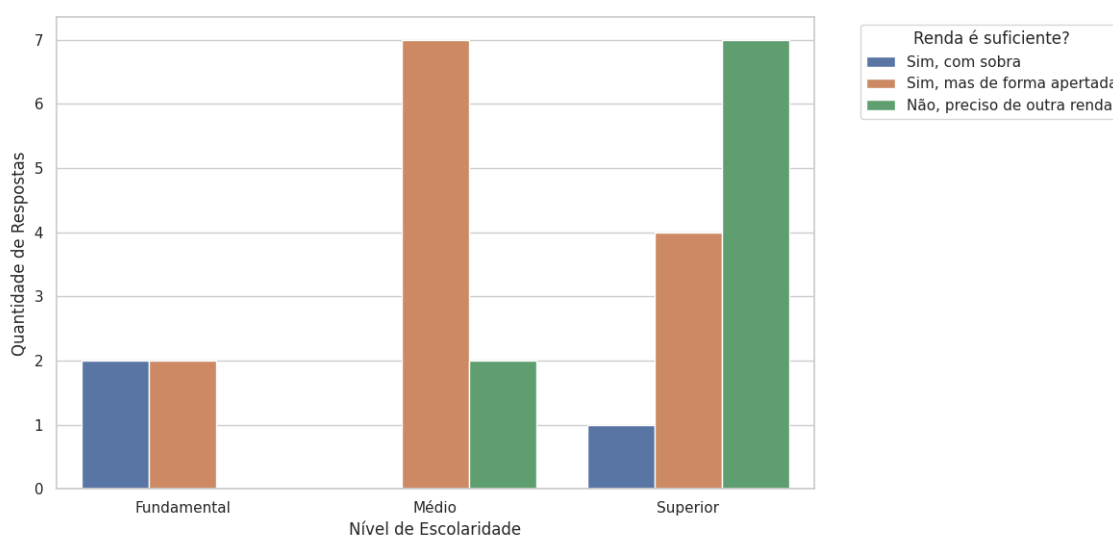
O impacto positivo nos relacionamentos familiares e o sentimento de orgulho profissional (92%) demonstram que o ganho financeiro atua como um catalisador para a renegociação de papéis de gênero no espaço doméstico. Este achado corrobora as dimensões do empoderamento propostas por Rowlands (1997), especificamente o "poder de dentro" (autoestima) e o "poder para" (capacidade de agir e decidir).

Ou seja, ao tornarem-se provedoras ou colaboradoras essenciais, essas mulheres conquistam um novo status social que, segundo Vieira, Oliveira e Sousa (2023), transcende a dimensão monetária, consolidando a estética como um território de afirmação identitária e resistência política frente às limitações econômicas do interior piauiense.

4.5 ESCOLARIDADE E A PERCEPÇÃO DE SUFICIÊNCIA DA RENDA

Esse cruzamento analisa se o nível de escolaridade influencia a percepção da suficiência da renda gerada pelo trabalho na estética.

Gráfico 4 – Cruzamento de dados: escolaridade vs. percepção de suficiência da renda



Fonte: elaboração própria (2026)

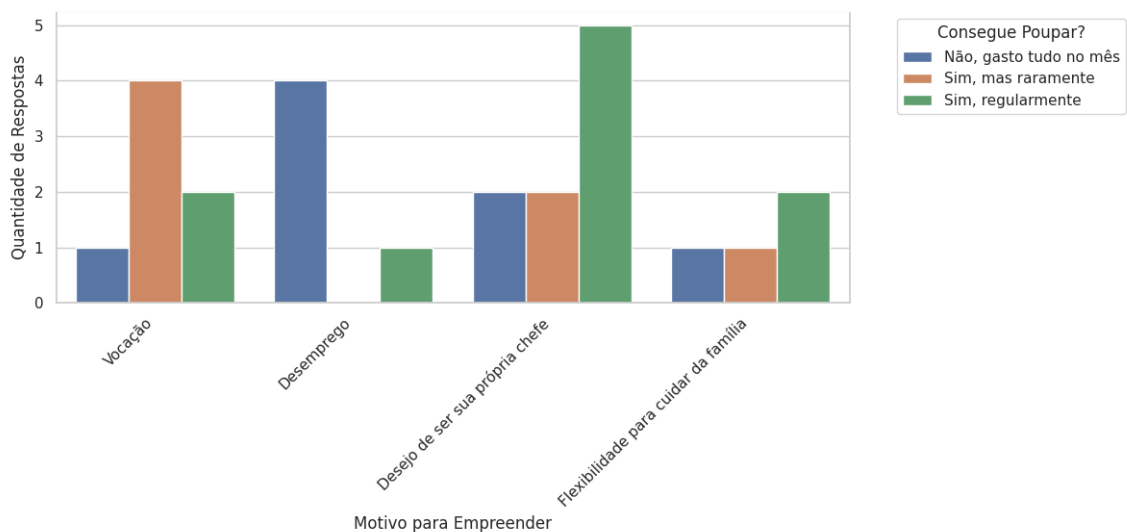
Os dados revelam que, embora o setor de estética seja democrático em termos de entrada, a percepção de suficiência financeira varia conforme o nível de instrução. Nota-se que uma parcela significativa das profissionais com Ensino Superior ainda declara que a renda "não é suficiente" ou é "apertada". Isso pode ser explicado pelo aumento das expectativas de consumo e pela busca por padrões de vida mais elevados que acompanham a maior escolaridade. Segundo Schultz (1961), o capital humano não apenas aumenta a produtividade, mas também redefine as necessidades e aspirações do indivíduo.

Por outro lado, profissionais com Ensino Médio e Fundamental apresentam uma percepção de renda "suficiente com sobra" ou "apertada" em proporções que sugerem uma adaptação dos custos de vida à realidade do negócio. Como aponta Kabeer (2012), o empoderamento econômico deve ser lido dentro do contexto de vida de cada mulher, onde a renda da estética muitas vezes representa a principal ou única via de sustento digno em municípios de pequeno porte.

4.6 MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER E COMPORTAMENTO DE POUPANÇA

Foi realizado um cruzamento para investigar se o motivo que levou a mulher a abrir seu negócio influencia sua capacidade de poupar ou investir o lucro mensalmente.

Gráfico 5 – Cruzamento de dados: motivação para empreender vs. comportamento de poupança



Fonte: elaboração própria (2026)

Observa-se que mulheres que empreenderam por Vocação ou pelo Desejo de ser sua própria chefe tendem a apresentar comportamentos de poupança mais regulares ("Sim, regularmente" ou "Sim, mas raramente") em comparação com aquelas que empreenderam por Desemprego. Este achado reforça a teoria de que o empreendedorismo por oportunidade tende a ser mais planejado e sustentável.

Conforme o GEM (2023), o empreendedor que identifica uma oportunidade possui, geralmente, uma visão de longo prazo, o que favorece a reserva de capital. Já o empreendedorismo por necessidade (desemprego) é marcado pela urgência da subsistência, onde o lucro é imediatamente consumido para suprir necessidades básicas, dificultando a formação de reservas financeiras. Nazario e Lobo (2024) ressaltam que a falta de poupança é um dos principais gargalos para a autonomia plena, pois mantém a empreendedora em um estado de vulnerabilidade constante.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa analisou como a atuação profissional na área da estética contribui para a autonomia financeira das mulheres em Regeneração-PI. Através dos dados coletados e analisados, foi possível concluir que o setor de estética representa muito mais do que uma atividade econômica; é um instrumento de emancipação social e subjetiva.

Os objetivos específicos foram alcançados, revelando um perfil de mulheres escolarizadas, motivadas pelo desejo de autonomia, mas que ainda enfrentam barreiras estruturais, como o alto custo de manutenção dos negócios e a falta de políticas públicas de apoio ao microempreendedorismo local. A análise mostra que, embora a gestão financeira ainda careça de maior profissionalismo (como a separação de contas), a soberania sobre o ganho é quase total, o que fortalece a capacidade de decisão dessas mulheres.

A hipótese de que a estética impulsiona o empoderamento foi confirmada pela percepção das participantes, que relataram sentir-se mais independentes e respeitadas em seus círculos familiares e sociais. O trabalho na estética permitiu que essas mulheres "descortinassem" as limitações impostas pela divisão sexual do trabalho, construindo novas trajetórias de vida.

Como sugestão para estudos futuros, recomenda-se a investigação sobre o impacto de cursos de gestão financeira específicos para essas profissionais, bem

como uma análise comparativa com outros municípios de pequeno porte da região. Conclui-se que investir no fortalecimento do empreendedorismo feminino na estética é um caminho viável e potente para o desenvolvimento econômico e social de Regeneração-PI.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC. **Panorama do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**. São Paulo: ABIHPEC, 2023.

ADELINA, W. **Empreendedorismo feminino na estética**: da autodidata ao espaço de referência. *Lumen et Virtus*, v. 15, n. 39, 2024

ALMEIDA, M. R. **Empreendedorismo feminino e superação da vulnerabilidade social**: um estudo sobre o setor de serviços. *Revista Brasileira de Gestão e Negócios*, v. 25, n. 2, p. 145-162, 2023.

CRESWELL, John W.; CLARK, Vicki L. P. **Pesquisa de métodos mistos**. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Beleza e Cuidados Pessoais no Brasil**: Análise de Mercado e Tendências. Londres: Euromonitor, 2025.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

IBGE. **Cidades e Estados: Regeneração (PI)**. 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/regeneracao/panorama>. Acesso em: 17 jan. 2026.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados: Regeneração - PI**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi/regeneracao.html>. Acesso em: 17 jan. 2026.

KABEER, Naila. **Empoderamento econômico feminino e crescimento inclusivo: mercados de trabalho e desenvolvimento empresarial**. Discussion Paper No. 29. Centre for Development Policy and Research, School of Oriental and African Studies, University of London, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LIMA, J. M. et al. **Empreendedorismo como aporte para o empoderamento econômico feminino**. *Revista Tecnologia e Sociedade*, v. 17, n. 48, p. 251-269, jul./set. 2021.

MAGALHÃES, J. S. **Empreendedorismo feminino**: um estudo no setor de beleza e estética em Corumbá (MS). Revista Científica Semana Acadêmica, v. 11, n. 231, 2023.

MARIANO, S. A. **Agência feminina e empoderamento em contextos de restrição econômica**. Revista Estudos Feministas, v. 29, n. 1, p. 1-15, 2021.

NAZARIO, L. S.; LOBO, E. A. **Motivações ao empreendedorismo feminino na área da beleza e estética**. DESTARTE, v. 13, n. 1, p. 110-137, jul. 2024.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho. **Oportunidade ou necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico**. Revista Gestão em Análise, v. 3, n. 1/2, p. 89-114, 2014.

ROWLANDS, Jo. **Questionando o empoderamento**: trabalhando com mulheres em Honduras. Oxford: Oxfam, 1997.

SCHULTZ, Theodore W. **Investimento em Capital Humano**. The American Economic Review, v. 51, n. 1, p. 1-17, 1961.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo Feminino no Brasil: Relatório Especial 2024**. Brasília: SEBRAE, 2024.

SEN, A. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA, J.; OLIVEIRA, M. **Empreendedorismo feminino e a construção da autonomia no mercado da beleza**. Revista de Gestão e Tecnologia, 2023.

VIEIRA, A.; OLIVEIRA, B.; SOUSA, C. **O impacto do setor de beleza no empoderamento feminino**: uma análise estratégica. Journal of Social Sciences, 2023.