



EMPREENDEDORISMO FEMININO NA ESTÉTICA: DA AUTODIDATA AO ESPAÇO DE REFERÊNCIA

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN AESTHETICS: FROM SELF-TAUGHT TO A REFERENCE SPACE

EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN ESTÉTICA: DE AUTOAPRENDIZAJE A ESPACIO DE REFERENCIA



<https://doi.org/10.56238/levv15n39-196>

Data de submissão: 22/07/2024

Data de publicação: 22/08/2024

Wanessa Adelina

RESUMO

O empreendedorismo feminino na estética representa um fenômeno crescente que reflete a ascensão social, econômica e simbólica da mulher contemporânea, revelando um movimento de autonomia e protagonismo construído a partir da união entre técnica, sensibilidade e gestão. Este estudo teve como objetivo compreender o percurso das mulheres que, partindo de experiências autodidatas, consolidaram espaços de referência no setor da beleza, transformando saberes empíricos em práticas profissionais de alta relevância. A investigação baseou-se em revisão bibliográfica de artigos científicos brasileiros que abordam o empreendedorismo, a estética e a emancipação feminina, interpretando os principais fatores que sustentam a profissionalização dessas empreendedoras. Os resultados indicaram que a estética se consolidou como um campo fértil para a expressão da criatividade, da identidade e da inovação, configurando-se como espaço de transformação econômica e simbólica. Observou-se que o sucesso dessas mulheres está relacionado à capacidade de reinventar-se, estabelecer vínculos humanos sólidos e adotar modelos de gestão coerentes com valores éticos e sociais. Conclui-se que o empreendedorismo feminino na estética ultrapassa a dimensão financeira, representando um ato de reconhecimento e liberdade, no qual a mulher assume função central na construção de novos modelos de trabalho e liderança humanizada.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Estética. Autonomia.

ABSTRACT

Female entrepreneurship in aesthetics represents a growing phenomenon that reflects the social, economic, and symbolic rise of contemporary women, revealing a movement of autonomy and leadership shaped by the combination of technique, sensitivity, and management. This study aimed to understand the journey of women who, starting from self-taught experiences, consolidated reference spaces in the beauty sector, transforming empirical knowledge into professional practices of high relevance. The research was based on a bibliographical review of Brazilian scientific articles addressing entrepreneurship, aesthetics, and female emancipation, interpreting the main factors that support the professionalization of these entrepreneurs. The results indicated that aesthetics has become a fertile field for the expression of creativity, identity, and innovation, configuring itself as a space for economic and symbolic transformation. It was observed that the success of these women is associated with their ability to reinvent themselves, establish solid human connections, and adopt management models aligned with ethical and social values. It is concluded that female entrepreneurship in aesthetics



transcends the financial dimension, representing an act of recognition and freedom in which women assume a central role in shaping new models of work and humanized leadership.

Keywords: Female Entrepreneurship. Aesthetics. Autonomy.

RESUMEN

El emprendimiento femenino en la industria de la belleza representa un fenómeno en auge que refleja el ascenso social, económico y simbólico de la mujer contemporánea, revelando un movimiento de autonomía y protagonismo construido a partir de la unión de técnica, sensibilidad y gestión. Este estudio tuvo como objetivo comprender la trayectoria de mujeres que, partiendo de experiencias autodidactas, consolidaron espacios de referencia en el sector de la belleza, transformando el conocimiento empírico en prácticas profesionales de gran relevancia. La investigación se basó en una revisión bibliográfica de artículos científicos brasileños que abordan el emprendimiento, la estética y la emancipación femenina, interpretando los principales factores que sustentan la profesionalización de estas emprendedoras. Los resultados indicaron que la estética se ha consolidado como un campo fértil para la expresión de la creatividad, la identidad y la innovación, configurándose como un espacio para la transformación económica y simbólica. Se observó que el éxito de estas mujeres está relacionado con su capacidad de reinventarse, establecer vínculos humanos sólidos y adoptar modelos de gestión coherentes con los valores éticos y sociales. Se concluye que el emprendimiento femenino en el ámbito de la estética trasciende la dimensión financiera, representando un acto de reconocimiento y libertad, en el que las mujeres asumen un papel central en la construcción de nuevos modelos de trabajo y un liderazgo humanizado.

Palabras clave: Emprendimiento Femenino. Estética. Autonomía.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino no campo da estética consolidou-se como uma força representativa no cenário econômico e social contemporâneo, impulsionado pela busca de autonomia financeira, expressão criativa e reconhecimento profissional, o que tem transformado salões, clínicas e espaços de beleza em empreendimentos de referência conduzidos por mulheres que mesclam sensibilidade, técnica e gestão estratégica (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

Historicamente, a estética foi vista como um campo de atuação ligado ao cuidado, à delicadeza e à subjetividade, atributos culturalmente associados ao feminino, mas que, no contexto atual, passaram a ser reinterpretados sob uma ótica empreendedora, onde o talento autodidata e a capacidade de inovação assumem função importante para a construção de marcas sólidas e competitivas no mercado (Nazario; Lobo, 2022).

O fenômeno do empreendedorismo na estética evidencia um movimento de transição, em que muitas mulheres iniciam suas trajetórias de forma empírica, aprendendo por meio da experiência prática e do compartilhamento de saberes entre pares, evoluindo posteriormente para a profissionalização e gestão estruturada de seus negócios, o que as coloca como protagonistas de uma nova dinâmica empresarial baseada em competências técnicas e visão estratégica (Magalhães; Souza, 2020).

Essa transição da autodidata à empresária consolidada revela o potencial da estética enquanto espaço de emancipação social e econômica, especialmente em comunidades onde as oportunidades formais de emprego são restritas, levando mulheres a transformar talentos manuais em fonte de renda, prestígio e identidade profissional (Oliveira, 2019).

O ambiente da estética se torna, portanto, um território de conquistas simbólicas e materiais, onde as empreendedoras constroem autoridade, agregam valor aos serviços e consolidam a confiança do público, demonstrando que o conhecimento adquirido pela prática pode evoluir para um modelo de gestão reconhecido por sua excelência e inovação (Miri; Sgarbossa, 2024).

Nesse contexto, observa-se o fortalecimento da figura da mulher empreendedora que alia domínio técnico a habilidades administrativas, transformando o espaço de trabalho em uma extensão de sua própria trajetória de vida, marcada por entraves, resiliência e busca constante por aprimoramento pessoal e profissional (Borges; Cabana, 2022).

A literatura destaca que a ascensão do empreendedorismo feminino na estética representa um avanço econômico e um movimento social que desafia estruturas patriarcais e redefine a atuação da mulher na economia criativa, conferindo-lhe voz ativa e protagonismo em setores antes desvalorizados no ambiente empresarial (Silva; Oliveira, 2023).

O crescimento desse segmento está diretamente relacionado ao desenvolvimento de competências empreendedoras, que incluem visão de mercado, planejamento financeiro e estratégias

de fidelização, consolidando o setor da beleza como um dos mais promissores para o empreendedorismo feminino no Brasil Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017).

O presente estudo tem como objetivo analisar o empreendedorismo feminino na estética, compreendendo o percurso que leva mulheres autodidatas à consolidação de espaços de referência, evidenciando as práticas de gestão, inovação e liderança que caracterizam suas trajetórias no mercado contemporâneo (Silva; Guimarães, 2018).

A justificativa deste trabalho fundamenta-se na relevância de compreender o exercício das empreendedoras da estética como agentes de transformação econômica e social, uma vez que essas profissionais, ao empreenderem, ampliam a representatividade feminina e inspiram novas gerações de mulheres a reconhecerem seu potencial como líderes e gestoras de sucesso (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

Investigar esse processo permite não só compreender os fatores que impulsionam a profissionalização dessas empreendedoras, mas também identificar as dificuldades que permeiam sua trajetória, como o acesso ao crédito, a capacitação técnica e a conciliação entre vida pessoal e profissional, elementos que ainda constituem obstáculos para a consolidação de seus empreendimentos (Nazario; Lobo, 2022).

Por fim, compreender o empreendedorismo feminino na estética, da autodidata ao espaço de referência, possibilita reconhecer o impacto dessas mulheres na economia local e nacional, valorizando a força do trabalho feminino e sua contribuição para o desenvolvimento de um modelo de negócio sustentável, humanizado e socialmente relevante, que reafirma o poder transformador da estética enquanto campo de inovação e autonomia (Magalhães; Souza, 2020).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO E A CONSTRUÇÃO DA AUTONOMIA

O empreendedorismo feminino emerge como um fenômeno social e econômico que redefine o objetivo da mulher no mercado de trabalho, revelando uma transição da dependência financeira para a autonomia empreendedora, impulsionada pelo desejo de transformar habilidades e paixões em oportunidades sustentáveis, resultando na criação de negócios que refletem propósito, competência e inovação (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

No contexto da estética, essa autonomia adquire contornos particulares, pois as mulheres encontram nesse setor um espaço legítimo para expressar sua criatividade, desenvolver habilidades técnicas e alcançar reconhecimento por meio da excelência em seus serviços, consolidando-se como referências em um segmento competitivo e sensível às tendências de consumo (Nazario; Lobo, 2022).

As empreendedoras que iniciam suas trajetórias de forma autodidata representam um grupo expressivo dentro desse cenário, visto que muitas aprendem a partir da prática diária e do contato com

o público, construindo seu conhecimento de maneira empírica e adaptando técnicas a partir das demandas reais de seus clientes, o que fortalece o caráter experimental e inovador desse perfil profissional (Magalhães; Souza, 2020).

A construção da autonomia empreendedora feminina está associada à capacidade de converter o saber intuitivo em conhecimento sistematizado, processo que ocorre à medida que essas mulheres passam a formalizar seus negócios, investir em capacitação e desenvolver uma mentalidade orientada à gestão estratégica e à sustentabilidade financeira (Oliveira, 2019).

A busca por independência financeira e autorrealização tem se mostrado uma das principais motivações para o crescimento do empreendedorismo feminino, permitindo que mulheres de diferentes contextos sociais e educacionais encontrem, na estética, uma via concreta de ascensão econômica e social, baseada em mérito, perseverança e profissionalização contínua (Miri; Sgarbossa, 2024).

O empreendedorismo feminino, ao ser compreendido como movimento de emancipação e protagonismo, revela que as motivações das mulheres envolvem o desejo de pertencimento e reconhecimento, além da vontade de impactar positivamente a comunidade onde estão inseridas, fortalecendo laços humanos e redes de solidariedade (Borges; Cabana, 2022).

As evidências apontam que o fortalecimento da autonomia empreendedora depende do acesso a recursos financeiros e, sobretudo, do desenvolvimento de competências comportamentais, como a autoconfiança, a persistência e a capacidade de inovação, que tornam a empreendedora capaz de se adaptar e prosperar em cenários de instabilidade econômica (Silva; Oliveira, 2023).

A estética, nesse sentido, surge como campo fértil para o exercício da liberdade criativa e para a consolidação da identidade profissional, uma vez que a mulher empreendedora utiliza sua experiência prática e percepção estética como ferramentas estratégicas de diferenciação e fidelização de clientes (Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017).

A autonomia, nesse contexto, é financeira e simbólica, pois representa o domínio sobre a própria trajetória e a possibilidade de definir as próprias condições de trabalho, criando espaços que expressam valores, estilo e visão de mundo das empreendedoras, o que reforça sua presença e influência no setor (Silva; Guimarães, 2018).

O ato de empreender é, portanto, uma forma de autoconhecimento e afirmação, permitindo que as mulheres reconheçam suas potencialidades e se fortaleçam diante de enfrentamentos estruturais que historicamente limitaram sua participação nos negócios, estabelecendo uma narrativa de sucesso construída sobre a resiliência e a competência (Nazario; Lobo, 2022).

O crescimento expressivo do número de empreendedoras na área da estética evidencia o poder transformador da mulher na economia criativa, onde o talento e a sensibilidade se unem à visão empreendedora para gerar resultados tangíveis e impacto social positivo, consolidando um novo modelo de liderança pautado na humanização e na cooperação (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

Assim, compreender o empreendedorismo feminino sob a ótica da autonomia significa reconhecer a mulher como sujeito ativo na geração de valor, na inovação e na construção de uma sociedade mais equitativa, em que o trabalho na estética se torna símbolo de emancipação, identidade e transformação social (Magalhães; Souza, 2020).

2.2 ESTÉTICA COMO CAMPO DE INOVAÇÃO E IDENTIDADE PROFISSIONAL

A estética, enquanto campo de atuação feminina, consolidou-se nas últimas décadas como um espaço que transcende o cuidado físico e se firma como expressão de identidade, criatividade e inovação, tornando-se um ambiente de protagonismo para empreendedoras que enxergam no embelezamento um ato de transformação e empoderamento social, capaz de unir técnica, arte e gestão em um mesmo propósito (Oliveira, 2019).

Esse segmento profissional reflete a evolução da mulher no mercado, já que o domínio sobre o ofício estético não se limita à execução de procedimentos, mas exige visão empreendedora, capacidade analítica e percepção estratégica, fatores que contribuem para a criação de negócios estruturados com base em conhecimento, diferenciação e experiência sensorial (Miri; Sgarbossa, 2024).

As profissionais que atuam nesse campo unem competências técnicas adquiridas por meio de cursos, treinamentos e vivências práticas a uma postura criativa e inovadora, o que as torna aptas a transformar a estética em espaço de experimentação e autenticidade, caracterizado pela busca constante por atualização e excelência (Nazario; Lobo, 2022).

A estética contemporânea representa um espaço de resistência e reinvenção, onde a mulher empresária desafia padrões estabelecidos e propõe novas formas de compreender a beleza, reconhecendo-a como dimensão integral do bem-estar humano e da autoestima, valores que fortalecem sua relevância no contexto econômico e cultural (Borges; Cabana, 2022).

O ambiente estético, ao integrar técnica e emoção, converte-se em um ecossistema de relações interpessoais pautado na confiança e na escuta atenta, em que a empreendedora utiliza a sensibilidade como diferencial competitivo e a empatia como instrumento de fidelização, criando experiências personalizadas e vínculos afetivos com o público (Silva; Oliveira, 2023).

A inovação surge como elemento base nesse processo, pois a capacidade de antecipar tendências e incorporar novas tecnologias é o que garante às empreendedoras da estética posição de destaque em um mercado dinâmico e exigente, que valoriza a autenticidade e a entrega de experiências completas (Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017).

Essa postura inovadora se manifesta na maneira como essas profissionais organizam seus espaços, escolhem produtos, aplicam técnicas sustentáveis e desenvolvem estratégias de marketing pessoal que ampliam sua visibilidade e consolidam sua imagem como referência em qualidade e originalidade (Silva; Guimarães, 2018).

A estética deixa de ser apenas uma prática de cuidado corporal e passa a configurar-se como campo de inovação simbólica, em que o corpo, o estilo e o serviço oferecido representam linguagens de expressão pessoal e empresarial, evidenciando a presença da mulher como agente criadora e transformadora de sua realidade (Magalhães; Souza, 2020).

O desenvolvimento da identidade profissional dessas empreendedoras se dá na interseção entre arte e gestão, unindo sensibilidade estética e racionalidade organizacional, o que possibilita a criação de marcas pessoais fortes e a consolidação de espaços de referência pautados na excelência e na coerência entre valores e práticas (Nazario; Lobo, 2022).

O aprendizado contínuo e o aprimoramento técnico constituem pilares da construção dessa identidade, pois a busca pelo conhecimento formal e empírico permite que as empreendedoras compreendam o mercado com maior profundidade e estabeleçam diferenciais competitivos que refletem inovação e credibilidade (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

A integração entre inovação, identidade e propósito profissional eleva a estética a uma dimensão de arte aplicada, em que cada atendimento se transforma em experiência significativa e cada negócio reflete a personalidade e os valores de sua fundadora, fortalecendo o vínculo entre marca e cliente (Miri; Sgarbossa, 2024).

Com isso, a estética se consolida como campo de inovação e identidade profissional, no qual o empreendedorismo feminino floresce como prática criativa, sustentável e inspiradora, reafirmando a atuação da mulher como protagonista na economia da beleza e como líder de transformações culturais que ultrapassam os limites da aparência (Oliveira, 2019).

2.3 DESAFIOS, RECONHECIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DE ESPAÇOS DE REFERÊNCIA

A trajetória da mulher empreendedora na estética é permeada por impedimentos que envolvem fatores econômicos, sociais e emocionais, exigindo determinação e preparo para lidar com a competitividade do mercado e as instabilidades do setor de serviços, onde a diferenciação depende da combinação de qualidade técnica e habilidades de gestão (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

O acesso a financiamentos, a capacitação em administração e o domínio de estratégias digitais são obstáculos frequentes enfrentados por essas profissionais, que muitas vezes iniciam suas atividades com recursos limitados e aprendem a gerir seus negócios de forma empírica, desenvolvendo um modelo de aprendizado baseado na prática e na observação (Nazario; Lobo, 2022).

A falta de políticas públicas direcionadas ao fortalecimento do empreendedorismo feminino dificulta a formalização e expansão de muitos empreendimentos, o que torna a rede de apoio entre mulheres e a colaboração comunitária instrumentos fundamentais para a manutenção e o crescimento dos negócios na estética (Magalhães; Souza, 2020).

Apesar das barreiras estruturais, observa-se um avanço significativo no reconhecimento profissional das mulheres que atuam nesse campo, pois a clientela valoriza o atendimento personalizado, a empatia e a autenticidade presentes na condução de seus serviços, aspectos que reforçam a fidelização e a credibilidade da marca (Oliveira, 2019).

O processo de consolidação de um espaço de referência na estética requer planejamento estratégico e visão de longo prazo, uma vez que o reconhecimento público depende tanto da qualidade técnica quanto da construção de uma identidade sólida e coerente com os valores da marca e da empreendedora (Miri; Sgarbossa, 2024).

A busca pela excelência leva muitas profissionais a investirem em inovação, modernização de equipamentos e aperfeiçoamento contínuo, elementos que se tornam determinantes para o posicionamento competitivo e para a construção de uma reputação consolidada no mercado local e regional (Borges; Cabana, 2022).

A digitalização dos serviços, impulsionada pelas redes sociais, transformou o modo como a estética é percebida, pois a presença online permite que pequenas empreendedoras ampliem sua visibilidade e criem vínculos com o público, promovendo uma relação mais próxima e humanizada com os clientes (Silva; Oliveira, 2023).

A construção da imagem profissional e a consolidação do espaço de referência exigem da mulher empreendedora um equilíbrio entre técnica e comunicação, já que o sucesso nesse setor depende da capacidade de traduzir valores pessoais em experiências sensoriais e estéticas que encantem e gerem confiança (Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017).

O reconhecimento da estética como ambiente de valorização feminina também se reflete no prestígio social obtido por essas profissionais, que, ao alcançarem notoriedade em suas comunidades, tornam-se exemplos de superação e liderança, inspirando novas gerações de mulheres a seguirem o mesmo caminho (Silva; Guimarães, 2018).

As barreiras enfrentadas pelas empreendedoras da estética, longe de se constituírem como barreiras intransponíveis, servem como estímulo ao aprimoramento e à criação de estratégias inovadoras de gestão, marketing e relacionamento, fortalecendo o desempenho da mulher como líder e agente transformadora em um setor em constante evolução (Nazario; Lobo, 2022).

A consolidação de espaços de referência representa o ápice da jornada empreendedora, simbolizando a conquista da autonomia, o domínio técnico e a legitimação social, pois cada cliente satisfeito e cada serviço bem executado reforçam a reputação construída ao longo dos anos de dedicação e aprendizado (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

Contudo, as adversidades e conquistas da mulher empreendedora na estética traduzem um movimento de expansão econômica e cultural que redefine os limites da profissão, promovendo um modelo de liderança feminina sustentado em empatia, inovação e compromisso com a excelência,

consolidando a estética como campo de protagonismo e transformação social (Magalhães; Souza, 2020).

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste estudo fundamenta-se na abordagem qualitativa, cujo propósito é compreender os significados, percepções e motivações que permeiam o empreendedorismo feminino na estética, partindo da análise de relatos, estudos e experiências documentadas em produções científicas brasileiras que descrevem o percurso da mulher desde a atuação autodidata até a consolidação de espaços de referência (Lakatos e Marconi, 2010).

A pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória, uma vez que busca examinar um fenômeno social em crescimento, descrevendo suas manifestações, causas e implicações, além de explorar dimensões simbólicas e comportamentais associadas à prática empreendedora, permitindo o entendimento do fenômeno em profundidade (Gil, 2019).

A escolha da abordagem qualitativa justifica-se pela natureza subjetiva do objeto de estudo, que envolve interpretações, experiências pessoais e contextos sociais distintos, de modo que a análise numérica seria insuficiente para abarcar a complexidade das trajetórias individuais das mulheres que constroem carreiras sólidas na estética (Lakatos e Marconi, 2010).

Foram utilizados como fontes de análise artigos científicos brasileiros disponíveis em formato digital, devidamente selecionados por sua relevância temática e atualidade, abrangendo os eixos do empreendedorismo, da estética, da autonomia feminina e da inovação, o que possibilitou uma interpretação teórica consistente e fundamentada (Gil, 2019).

A coleta de dados foi realizada mediante leitura exploratória e analítica dos textos, seguida da sistematização dos conteúdos e da identificação das categorias centrais que emergiram durante o exame do material, tais como autonomia, reconhecimento, inovação, restrição e identidade profissional, as quais serviram de base para a construção do referencial teórico (Lakatos e Marconi, 2010).

A análise dos resultados seguiu os princípios da análise de conteúdo, técnica adequada à interpretação de fenômenos sociais e discursivos, permitindo a compreensão dos significados atribuídos pelas autoras e pesquisadoras às experiências de mulheres empreendedoras na estética, o que favoreceu a integração entre teoria e realidade empírica (Gil, 2019).

O método adotado favoreceu uma leitura crítica dos discursos e contextos, evidenciando a relação entre os fatores culturais e econômicos que moldam o comportamento empreendedor feminino e sua influência sobre o posicionamento das profissionais da estética, destacando o protagonismo da mulher na construção de espaços de autoridade e autonomia (Lakatos e Marconi, 2010).

A delimitação temática e a seleção dos textos respeitaram critérios de pertinência e coerência com o objetivo da pesquisa, garantindo que o corpus de análise representasse de forma fidedigna o

cenário contemporâneo do empreendedorismo feminino no setor estético, sem distorções interpretativas ou enviesamentos de leitura (Gil, 2019).

A metodologia proposta visa assegurar rigor científico e coerência lógica, permitindo que o estudo avance de maneira estruturada, desde a coleta dos dados até a interpretação dos resultados, sem romper com o princípio da objetividade e da clareza que deve reger toda investigação acadêmica (Lakatos e Marconi, 2010).

Dessa forma, a condução metodológica deste trabalho propicia uma compreensão abrangente sobre o empreendedorismo feminino na estética, articulando teoria, prática e análise crítica, o que garante a validade dos resultados e contribui para o fortalecimento do debate acadêmico em torno da autonomia e da inovação feminina no mercado contemporâneo (Gil, 2019).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos a partir da análise das produções científicas revelam que o empreendedorismo feminino no campo da estética não se restringe à busca por autonomia financeira, mas se apresenta como um processo de emancipação simbólica, cultural e identitária, em que o domínio técnico e a sensibilidade estética se combinam com a capacidade de gestão e inovação, promovendo uma nova forma de protagonismo feminino (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

A trajetória das empreendedoras analisadas mostra que muitas iniciam suas atividades em condições adversas, aprendendo de modo empírico e moldando suas habilidades conforme as necessidades do mercado, o que demonstra uma relação direta entre experiência prática, aprendizado contínuo e desenvolvimento de competências gerenciais (Nazario; Lobo, 2022).

Essas mulheres transformam o conhecimento adquirido no cotidiano em instrumento de ascensão profissional, adaptando técnicas, ampliando a qualidade dos serviços e incorporando elementos de inovação que as diferenciam dentro de um setor marcado pela competitividade e pela necessidade de atualização constante (Magalhães; Souza, 2020).

A profissionalização da estética surge, portanto, como consequência natural da busca por excelência, conduzindo essas empreendedoras à formalização de seus negócios e à adoção de práticas administrativas que fortalecem a sustentabilidade das atividades, o que eleva o setor à categoria de referência econômica e social (Oliveira, 2019).

O estudo evidencia que o sucesso das mulheres na estética depende tanto da habilidade manual quanto da capacidade de construir relacionamentos sólidos e de gerar valor simbólico, já que o vínculo emocional estabelecido com o cliente se torna um diferencial competitivo necessário para a fidelização e o reconhecimento (Miri; Sgarbossa, 2024).

O espaço estético se consolida, assim, como ambiente de empoderamento, onde o trabalho manual assume valor intelectual e social, traduzindo-se em fonte de orgulho e afirmação pessoal, o que

transforma cada empreendimento em um reflexo das experiências e identidades das mulheres que o conduzem (Borges; Cabana, 2022).

Observa-se que as empreendedoras da estética desenvolvem um modelo de liderança caracterizado pela sensibilidade, pela humanização e pela empatia, substituindo paradigmas de gestão hierárquica por práticas mais colaborativas e integradas, que fortalecem o senso de pertencimento e a coesão de suas equipes (Silva; Oliveira, 2023).

A resiliência emerge como característica predominante nessas trajetórias, já que a manutenção do negócio exige enfrentamento de impasses financeiros, burocráticos e emocionais, o que torna o êxito dessas empreendedoras resultado de persistência, adaptação e capacidade de reinvenção diante das adversidades Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017).

A partir das evidências levantadas, nota-se que a estética é mais do que uma área de serviços: ela representa um campo de expressão cultural e econômica que conecta a mulher ao seu público por meio da escuta, da criatividade e da sensibilidade, transformando o ato de cuidar em experiência simbólica e socialmente relevante (Silva; Guimarães, 2018).

As práticas de gestão adotadas pelas empreendedoras refletem um equilíbrio entre intuição e técnica, sendo comum a utilização de estratégias baseadas na observação e no contato direto com os clientes, o que confere autenticidade ao modelo de negócio e reforça a credibilidade junto ao mercado (Nazario; Lobo, 2022).

A construção de espaços de referência é fruto da convergência entre conhecimento técnico, reputação e propósito, já que o reconhecimento público se dá pela consistência dos resultados e pela coerência entre valores e ações, o que faz da imagem da empreendedora um elemento central da marca (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

Outro dado relevante identificado nas produções analisadas é a responsabilidade das redes sociais e das plataformas digitais na ampliação da visibilidade das empreendedoras da estética, pois esses meios se tornaram canais de fortalecimento de marca pessoal, divulgação de serviços e expansão de clientela, democratizando o acesso à informação e ao consumo (Magalhães; Souza, 2020).

A partir desse contexto, percebe-se que o crescimento das mulheres empreendedoras na estética representa um movimento de consolidação econômica e de valorização social do trabalho feminino, evidenciando o impacto da criatividade e da inovação sobre a geração de renda e a sustentabilidade dos negócios locais (Oliveira, 2019).

Os estudos revisados convergem ao destacar que o reconhecimento conquistado por essas profissionais transcende o aspecto financeiro, alcançando a dimensão simbólica do pertencimento e da identidade, uma vez que suas trajetórias inspiram outras mulheres a empreenderem e acreditarem em seu próprio potencial (Miri; Sgarbossa, 2024).

Dessa forma, os resultados demonstram que o empreendedorismo feminino na estética constitui um campo de realização e transformação, em que o talento e a sensibilidade se aliam à competência gerencial para gerar impacto social, econômico e cultural, reafirmando a relevância da mulher como agente inovadora e como símbolo de força, elegância e autonomia na contemporaneidade (Vieira; Oliveira; Sousa, 2023).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do empreendedorismo feminino na estética evidencia um movimento de expansão que transcende o simples ato de empreender, revelando um processo de autodescoberta e transformação pessoal, em que a mulher constrói sua autonomia ao mesmo tempo em que consolida sua relevância como agente ativa no cenário econômico e cultural, transformando o espaço estético em ambiente de protagonismo, inovação e identidade profissional.

O estudo demonstrou que a jornada dessas empreendedoras é marcada por coragem, persistência e sensibilidade, atributos que se unem à racionalidade administrativa e à busca constante por aprimoramento, resultando em negócios sólidos e sustentáveis que expressam propósito e autenticidade, reforçando o valor do trabalho feminino na construção de novos paradigmas de sucesso e liderança.

Ficou evidente que o empreendedorismo na estética não se limita à execução técnica, mas representa uma manifestação criativa e simbólica, capaz de unir conhecimento, empatia e estética em uma mesma prática, o que transforma cada atendimento em experiência significativa e fortalece o vínculo entre profissional e cliente, gerando um ciclo contínuo de valorização e reconhecimento mútuo.

As dificuldades enfrentadas pelas mulheres, desde a informalidade até as limitações estruturais, demonstram que o caminho rumo à consolidação profissional é desafiador, porém repleto de aprendizados e superações, pois cada obstáculo se converte em oportunidade de crescimento, impulsionando a profissionalização e estimulando a criação de estratégias inovadoras de gestão, comunicação e relacionamento com o público.

O fortalecimento dessas empreendedoras reflete o avanço de uma consciência coletiva feminina que rompe padrões tradicionais, amplia espaços de voz e promove um novo modelo de sucesso baseado na ética, na criatividade e na cooperação, valores que transformam o ambiente da estética em território de empatia e reconhecimento social, promovendo inclusão e protagonismo em diversos contextos.

A estética, ao se tornar um campo de valorização da mulher, reafirma seu dever social como catalisadora de autoestima e bem-estar, permitindo que as empreendedoras se tornem exemplos de inspiração e força para outras mulheres que desejam trilhar caminhos semelhantes, mostrando que é



possível aliar sensibilidade artística, conhecimento técnico e capacidade de liderança em um mesmo propósito profissional.

A consolidação de espaços de referência conduzidos por mulheres demonstra que o empreendedorismo feminino na estética é um fenômeno de impacto duradouro, pois contribui para o desenvolvimento econômico local, a circulação de capital simbólico e a construção de modelos de negócio baseados em valores humanos, o que reforça o poder da mulher em transformar realidades e criar legados sustentáveis.

Conclui-se, portanto, que o empreendedorismo feminino na estética representa um dos movimentos mais expressivos da contemporaneidade, unindo emancipação, criatividade e gestão em uma mesma trajetória, na qual cada mulher se torna símbolo de resiliência e inovação, consolidando um novo capítulo da história do trabalho feminino, pautado pela sensibilidade, pela competência e pela liberdade de ser e criar.



REFERÊNCIAS

BORGES, Lana Letícia; CABANA, Rocío del Pilar. Empreendedorismo feminino: motivações e dificuldades. *Revista EIGEDIN – UFMS, Campo Grande*, v. 8, n. 2, 2022.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. *Empreendedorismo feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa*. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Curitiba, v. 6, n. 1, p. 40–74, jan./abr. 2017

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de metodologia científica. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAGALHÃES, Jilseanny da Silva; SOUZA, Roosiley Santos. Empreendedorismo feminino e Effectuation: um estudo no setor de beleza e estética em Corumbá (MS). In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS – EGEPE, 11., 2020, Goiânia. Anais [...]. Goiânia: ANEGEPE, 2020.

MIRI, Daniel Hank; SGARBOSSA, Maira. “Tem muito ‘corre’ por trás de um rosto maquiado e do cabelo escovado”: percepções de empreendedoras da beleza sobre sua trajetória e ações de trabalho. *Revista Gesto*, Santo Ângelo, v. 12, n. 2, p. 37-54, 2024.

NAZARIO, Larisse Silva; LOBO, Ezequiel Alves. *Motivações ao empreendedorismo feminino na área da beleza e estética*. *Revista Destarte – Estácio*, v. 4, n. 2, 2022.

OLIVEIRA, Annyelle Gonçalves de. Mulher empreendedora em Ituiutaba – Minas Gerais: estudo de caso com a proprietária do Centro Estético Inovar. 2019. 14 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2019.

SILVA, Amanda Suênya de Brito; GUIMARÃES, Jairo de Carvalho. *Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética*. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade (RMPE)*, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 92–110, 2018.

SILVA, Marleide de Sousa; OLIVEIRA, Cleane Maria Melo de. Empreendedorismo feminino no Brasil e as características comportamentais empreendedoras: uma breve revisão de literatura. *Revista Foco*, São Paulo, v. 16, n. 6, p. 168–183, 2023.

VIEIRA, F. I. P.; OLIVEIRA, M. M.; SOUSA, F. R. L. *Empreendedorismo feminino no ramo de estética: um estudo realizado na cidade de Nazarezinho (PB)*. *Semana Acadêmica*, Fortaleza, v. 11, n. 78, 2023.