

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CAMPUS PEDREIRAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

JACIARA DA SILVA SOARES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO INSTRUMENTO DE AUTONOMIA
FINANCEIRA ENTRE REVENDEDORAS DE COSMÉTICOS EM TRIZIDELA DO
VALE-MA**

JACIARA DA SILVA SOARES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO INSTRUMENTO DE AUTONOMIA
FINANCEIRA ENTRE REVENDEDORAS DE COSMÉTICOS EM TRIZIDELA DO
VALE-MA**

Artigo apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, da Universidade Estadual do Maranhão, Campus Pedreiras como requisito para obtenção do grau de tecnólogo.

Orientador (a): Profª Esp. Maria Eliene Ferreira da Silva.

Pedreiras

2026

Soares, Jaciara da Silva.

Empreendedorismo feminino como instrumento de autonomia financeira entre revendedoras de cosméticos em Trizidela do Vale – MA.. / Jaciara da Silva Soares.. – São Luis, MA, 2026.

26p

Artigo (Graduação em Tecnologia em Gestão Comercial) - Universidade Estadual do Maranhão, 2026.

Orientador: Prof. Esp. Maria Eliene Ferreira da Silva.

1.Empreendedorismo Feminino. 2.Autonomia Financeira.
3.Empoderamento Feminino. I.Titulo.

CDU: 005.342-055.2(812.1Trizidela do Vale)

JACIARA DA SILVA SOARES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO INSTRUMENTO DE AUTONOMIA
FINANCEIRA ENTRE REVENDEDORAS DE COSMÉTICOS EM TRIZIDELA DO
VALE-MA.**

Artigo apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, da Universidade Estadual do Maranhão, Campus Pedreiras como requisito para obtenção do grau de tecnólogo.

Orientador (a): Prof^a Esp. Maria Eliene Ferreira da Silva.

Aprovado em: 08/07/2026

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 MARIA ELIENE FERREIRA DA SILVA
Data: 16/07/2026 10:51:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Esp. Maria Eliene Ferreira da Silva (Orientador)

Documento assinado digitalmente
 JACKELINE CARNEIRO DE ARAUJO
Data: 17/07/2026 12:53:12-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Esp. Jackeline Carneiro de Araujo
1º Examinador

Documento assinado digitalmente
 WILNA FERNANDA DE BRITO ARAUJO
Data: 18/07/2026 13:27:09-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Esp. Wilna Fernanda de Brito Araujo
2º Examinador

EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO INSTRUMENTO DE AUTONOMIA FINANCEIRA ENTRE REVENDEDORAS DE COSMÉTICOS EM TRIZIDELA DO VALE - MA

Jaciara da Silva Soares¹

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar de que forma as mulheres empreendedoras atuam no setor de vendas diretas no ramo de cosméticos no município de Trizidela do Vale - MA, e como esse modelo contribui para a geração de renda, fortalecendo sua independência e autonomia financeira. No setor de vendas diretas de cosméticos, o empreendedorismo feminino destaca-se por permitir baixo investimento inicial, flexibilidade de horário e potencial de crescimento financeiro. Metodologicamente, realizou-se uma pesquisa de campo quanti-qualitativa, por meio da qual foram coletados e analisados dados de um questionário aplicado a 17 revendedoras locais. O referencial teórico baseia-se em autores que discutem autonomia financeira, empoderamento e estratégias de vendas. Diante das desigualdades e limitações de acesso ao mercado formal de trabalho, a atividade surge como uma alternativa viável para a autonomia das mulheres, possibilitando maior liberdade nas decisões pessoais, familiares e sociais, além de buscar melhoria na qualidade de vida e no desenvolvimento econômico local. Os resultados indicam que a atividade contribui significativamente para o desenvolvimento de novas competências, como liderança, tomada de decisões e letramento digital. Conclui-se que o empreendedorismo feminino em Trizidela do Vale - MA transcende a mera complementação de renda; ele se consolida como um importante instrumento de transformação social e emancipação, operando como um mecanismo real de autodeterminação e empoderamento subjetivo e material das mulheres, apesar dos desafios impostos pela informalidade e pela sobrecarga da dupla jornada.

PALAVRAS - CHAVE: Empreendedorismo Feminino; Autonomia Financeira; Empoderamento Feminino.

¹ Aluno do curso de Tecnologia em Gestão Comercial, Núcleo de Tecnologia para Educação, Universidade Estadual do Maranhão. E-mail: jacisoares04@gmail.com

ABSTRACT

This article aims to analyze how women entrepreneurs operate in the direct sales sector of the cosmetics industry in the municipality of Trizidela do Vale - MA, and how this model contributes to income generation, strengthening their independence and financial autonomy. In the direct sales sector of cosmetics, female entrepreneurship stands out for allowing low initial investment, flexible hours, and potential for financial growth. Methodologically, a quantitative-qualitative field research was conducted, through which data from a questionnaire applied to 17 local resellers were collected and analyzed. The theoretical framework is based on authors who discuss financial autonomy, empowerment, and sales strategies. Given the inequalities and limitations of access to the formal labor market, this activity emerges as a viable alternative for women's autonomy, enabling greater freedom in personal, family, and social decisions, as well as seeking improvements in quality of life and local economic development. The results indicate that the activity contributes significantly to the development of new skills, such as leadership, decision-making, and digital literacy. It is concluded that female entrepreneurship in Trizidela do Vale - MA transcends mere income supplementation; it is consolidated as an important instrument of social transformation and emancipation, operating as a real mechanism of self-determination and subjective and material empowerment for women, despite the challenges imposed by informality and the overload of the double shift.

KEYWORDS: Women's Entrepreneurship; Financial Autonomy; Women's Empowerment.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se fortalecido como importante instrumento de desenvolvimento econômico e social no Brasil, contribuindo para a geração de renda, empregos e inclusão social, principalmente em períodos de instabilidade no mercado de trabalho (Dornelas, 2021; Dolabela, 2020). Além da criação de negócios, empreender envolve inovação, criatividade e adaptação às mudanças. Nesse contexto, os pequenos negócios possuem grande relevância para a economia nacional e para o desenvolvimento local, especialmente em regiões com menos oportunidades formais de trabalho (SEBRAE, 2022; Chiavenato, 2021).

O empreendedorismo desempenha um papel importante no desenvolvimento local ao gerar renda, criar oportunidades de trabalho e movimentar a economia. Nesse contexto, o empreendedorismo feminino tem crescido no Brasil, fortalecendo a autonomia financeira e a participação das mulheres no mercado. Em Trizidela do Vale - MA, destaca-se a atuação de mulheres na revenda de cosméticos, atividade que oferece baixo investimento inicial e flexibilidade, embora ainda existam desafios relacionados à informalidade, concorrência, instabilidade financeira e dupla jornada de trabalho (SEBRAE, 2023; Fischer, 2021).

A pesquisa é norteada pela seguinte questão: de que forma o empreendedorismo feminino na revenda de cosméticos contribui para a autonomia financeira das mulheres em Trizidela do Vale - MA e quais são os principais desafios enfrentados nesse processo? O estudo justifica-se pela relevância social e econômica dessa atividade, que representa uma importante alternativa de geração de renda e independência financeira para muitas mulheres, além de contribuir para o fortalecimento do empoderamento feminino, da inclusão produtiva e do desenvolvimento local.

Nesse sentido, o objetivo geral deste estudo é analisar de que forma as mulheres empreendedoras atuam no setor de vendas diretas no ramo de cosméticos em Trizidela do Vale - MA, e como esse modelo de vendas contribui para a geração de renda, fortalecendo sua independência e autonomia financeira. Como objetivos específicos, busca-se: Identificar o conceito de empreendedorismo feminino e sua relação com a autonomia financeira; compreender o trabalho informal e a atuação das mulheres na revenda de cosméticos e analisar os desafios e as oportunidades presentes no empreendedorismo feminino no setor de vendas diretas.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa possui abordagem qualitativa e quantitativa, com caráter exploratório-descritivo, baseada em revisão bibliográfica e pesquisa de campo. Segundo Minayo (2014), a pesquisa qualitativa permite compreender significados, comportamentos e experiências, sendo adequada para analisar como a revenda de cosméticos influencia a autonomia financeira das mulheres em Trizidela do Vale - MA. A fundamentação teórica foi realizada por meio de artigos publicados entre 2014 e

2026 em bases como SciELO e PubMed, utilizando descritores relacionados ao empreendedorismo feminino e à venda direta.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário on-line com 10 perguntas, aplicado via *Google Forms* e divulgado pelo *WhatsApp* e redes sociais. Os dados quantitativos foram analisados de forma descritiva, com apresentação em percentuais e gráficos, enquanto as respostas qualitativas foram examinadas por meio da análise de conteúdo. A pesquisa garantiu o anonimato das participantes e o uso acadêmico das informações.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo feminino tem se destacado como uma importante estratégia de autonomia econômica e desenvolvimento social, contribuindo para a geração de renda, empregos e oportunidades. O empreendedor é reconhecido como agente de transformação e inovação, capaz de identificar oportunidades e desenvolver projetos que impulsionam o crescimento econômico e social (Gomes *et al.*, 2014; Dolabela, 1999).

Nessa perspectiva, o empreendedor é caracterizado por sua capacidade de transformar ideias em ações concretas que geram valor para a sociedade (Dolabela, 1999). Tal entendimento evidencia que o empreendedorismo não está restrito à abertura de empresas, mas envolve criatividade, visão estratégica e capacidade de adaptação diante das mudanças do mercado.

De forma complementar, Chiavenato (2012) ressalta que o termo empreendedorismo deriva do francês *entrepreneur*, utilizado para designar indivíduos que assumem riscos e iniciam algo novo. Assim, empreender implica assumir riscos calculados em busca de independência financeira, inovação contínua e diferenciação competitiva. Para compreender a profundidade desse processo, o autor detalha a dinâmica que envolve o surgimento de um novo negócio:

O empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. (Chiavenato, 2012, p. 4).

Entretanto, é importante considerar que o sucesso empreendedor depende não

apenas de iniciativa individual, mas também de fatores estruturais, como acesso ao crédito, qualificação profissional e apoio institucional, aspectos que ainda representam desafios significativos para muitas mulheres empreendedoras.

O empreendedorismo feminino tem crescido no Brasil e se consolidado como uma importante alternativa para geração de renda, autonomia e valorização profissional. Além de contribuir para a independência financeira e a redução das desigualdades de gênero, muitas mulheres encontram no empreendedorismo uma forma de ampliar sua participação econômica e social. Contudo, desafios como desigualdade de gênero, excesso de responsabilidades e limitações ao crescimento dos negócios ainda persistem, evidenciando a necessidade de políticas públicas de incentivo e apoio (Gonçalves, 2016; Gomes *et al.*, 2014).

3.2 Empreendedoras e a venda direta

No início do século XIX, nos Estados Unidos, surgiu a venda direta como uma forma de comercialização realizada fora das lojas tradicionais. Esse modelo cresceu com as mudanças provocadas pela industrialização, buscando atender consumidores que tinham pouco acesso ao comércio formal, principalmente em regiões afastadas dos grandes centros urbanos (Varotto, 2018). Assim, a venda direta tornou-se uma importante alternativa para ampliar o consumo e fortalecer as relações comerciais.

A venda direta moderna emergiu como uma resposta estratégica à necessidade de capilaridade comercial, permitindo que produtos chegassem a locais onde o varejo físico ainda não havia se estabelecido. Esse sistema fundamentou-se na figura do vendedor itinerante, que personificava a confiança e o relacionamento personalizado com o cliente (Varotto, 2018, p. 42).

No Brasil, a venda direta expandiu-se a partir do século XX, impulsionada principalmente pelo setor de cosméticos e pela busca de complementação da renda familiar. Atualmente, o país figura entre os maiores mercados mundiais desse segmento, que se destaca por gerar oportunidades de trabalho, inclusão produtiva e fortalecimento do empreendedorismo feminino (ABVD, 2022).

Nesse contexto, percebe-se que a venda direta ultrapassa a simples relação de compra e venda, tornando-se também um mecanismo de inserção social e geração de oportunidades. Entretanto, apesar de sua relevância econômica, é importante

reconhecer que muitas mulheres ainda enfrentam desafios relacionados à informalidade, à instabilidade financeira e à ausência de garantias trabalhistas, fatores que evidenciam a necessidade de maior valorização e suporte às trabalhadoras desse setor.

3.3 Características da venda direta

As características da venda direta se diferenciam dos modelos tradicionais de comercialização, entre elas se destacam; Ausência de ponto comercial fixo, as vendas são realizadas por contato pessoal ou por plataformas digitais como, whatsapp, Instagram. A flexibilidade de horários que permite conciliação com outras atividades profissionais e domésticas, remuneração baseada em comissão por volume de vendas realizadas, quanto mais vende mais ganha (Santana, 2018).

A venda direta fundamenta-se na autonomia do revendedor, cuja remuneração é estritamente vinculada ao volume de vendas realizadas. Esse sistema não apenas elimina barreiras geográficas por meio do contato pessoal, mas também transforma o relacionamento interpessoal em um ativo comercial estratégico para o microempreendedor (Santana, 2018, p. 34).

De acordo com o SEBRAE (2019), a venda direta contribui significativamente para o fortalecimento do empreendedorismo feminino, favorecendo o desenvolvimento de competências profissionais e a ampliação das redes de relacionamento. Nesse contexto, empresas do setor de cosméticos têm desempenhado papel importante ao oferecer oportunidades de empreendedorismo acessível, permitindo que mulheres atuem como revendedoras independentes e gerenciem seus próprios negócios. Tal realidade demonstra que a venda direta se consolidou como uma importante ferramenta de inclusão econômica e social.

A venda direta é uma importante estratégia das empresas de cosméticos, realizada por revendedoras independentes que mantêm relação próxima com os clientes, fortalecendo a confiança e a fidelização (Santana, 2018). Esse modelo tornou-se uma alternativa de renda para muitas mulheres, permitindo atuação no empreendedorismo com baixo investimento inicial. Porém, ainda existem desafios como instabilidade financeira e ausência de direitos trabalhistas. Com o avanço da tecnologia, as redes sociais ampliaram as oportunidades de vendas, exigindo maior adaptação das empreendedoras (Andrade *et al.*, 2023; Feyo, 2025).

3.4 Autonomia Financeira

A autonomia financeira pode ser compreendida como a capacidade do indivíduo, especialmente das mulheres no contexto da desigualdade de gênero e de decidir seus recursos econômicos, assegurando independência e ampliando seu espaço social, político e produtivos. A autonomia ultrapassa a simples obtenção de renda, com ela o acesso às oportunidades de trabalho, crédito, educação financeira se torna mais acessível no contexto contemporâneo (Rodrigues, 2024).

A autonomia financeira não deve ser confundida apenas com a posse de capital, mas sim com o poder de agência que a mulher adquire ao gerir seus próprios ganhos. Esse processo rompe ciclos de dependência doméstica e permite que a mulher atue como protagonista em suas escolhas de vida, influenciando diretamente o desenvolvimento socioeconômico de sua comunidade (Rodrigues, 2024, p. 112).

No contexto do empoderamento feminino, a autonomia financeira configura-se como um elemento central, pois possibilita o fortalecimento da autoestima, da capacidade de tomada de decisões no ambiente familiar e da superação das relações de dependência econômica. Conforme Kabeer (1999), o empoderamento ocorre a partir da ampliação dos recursos, da agência e das realizações, sendo a dimensão econômica um dos principais pilares desse processo. Dessa forma, a independência financeira contribui diretamente para que as mulheres assumam maior protagonismo em diferentes espaços sociais e profissionais.

O empreendedorismo e o trabalho autônomo têm se destacado como importantes estratégias para a conquista da autonomia financeira feminina, principalmente entre mulheres em situação de vulnerabilidade social. Segundo o SEBRAE, essas atividades contribuem para a geração de renda, fortalecimento da autoconfiança e ampliação das oportunidades econômicas. Dessa forma, a autonomia financeira promove independência, inclusão social e maior participação das mulheres nas decisões sociais e econômicas. Contudo, ainda existem desafios como desigualdade salarial, dupla jornada de trabalho e dificuldades de acesso ao crédito, que dificultam a consolidação plena dessa autonomia.

3.5 Empoderamento feminino e geração de renda

O empoderamento feminino e o processo pelo qual as mulheres ampliam sua autonomia e poder de decisão, especialmente no contexto marcado por desigualdades sociais e econômicas. A geração de renda é um elemento estratégico para a consolidação do empoderamento, pois promove independência entre as mulheres (Rosa, 2018).

Segundo Kabeer (1999), o empoderamento é constituído por três dimensões interdependentes que permitem à mulher retomar o controle sobre sua vida. Sobre a articulação desses elementos, a autora define:

O empoderamento refere-se ao processo pelo qual aqueles a quem foi negada a capacidade de fazer escolhas estratégicas de vida adquirem tal capacidade. Este processo é operacionalizado através de três dimensões: recursos (pré-condições), agência (processo) e realizações (resultados) (KABEER, 1999, p. 435, tradução nossa).

A dimensão econômica é fundamental para que as mulheres tenham mais autonomia e possam fazer escolhas sobre suas vidas. Por meio do trabalho ou do empreendedorismo, elas conquistam renda, desenvolvem habilidades, fortalecem a autoconfiança e ampliam sua participação nos espaços familiares e sociais. Assim, o trabalho vai além da sobrevivência financeira, contribuindo também para a valorização e o protagonismo feminino.

A geração de renda constitui uma importante estratégia de inclusão social e econômica, especialmente para mulheres em situação de vulnerabilidade, pois amplia sua autonomia e fortalece sua participação na sociedade. Conforme Sen (2010), o acesso à renda representa uma expansão das liberdades e oportunidades individuais, contribuindo para o empoderamento feminino e para a redução das desigualdades de gênero. Contudo, desafios como discriminação, desigualdade salarial e sobrecarga de responsabilidades domésticas ainda limitam a plena consolidação dessa autonomia.

3.6 Trabalho informal, revenda de cosméticos e empreendedorismo feminino

As revendedoras de cosméticos desempenham papel importante no setor da beleza, atuando na divulgação, comercialização e fidelização de clientes, principalmente no modelo de venda direta (Felix *et al.*, 2020). A atividade tem se destacado como alternativa de geração de renda, autonomia financeira e flexibilidade

para muitas mulheres, especialmente em contextos de vulnerabilidade social e econômica (SEBRAE, 2019; Dornelas, 2021).

Nesse cenário, a informalidade surge como estratégia diante das limitações do mercado formal de trabalho. Segundo Moraes (2008), o crescimento do trabalho informal está diretamente relacionado à incapacidade do mercado formal de absorver toda a mão de obra disponível, o que leva muitas mulheres a buscarem alternativas de autonomia financeira e geração de renda.

A revenda de cosméticos caracteriza-se pela atuação autônoma e sem vínculo empregatício. Nesse sentido, Schunck (2017) destaca que a atividade da venda direta é exercida de forma autônoma, sem vínculo empregatício formal, sendo a remuneração determinada pelo desempenho das vendas realizadas.

Embora o empreendedorismo feminino promova autonomia e independência financeira, as mulheres ainda enfrentam desafios relacionados ao acesso ao crédito, aos investimentos e à sobrecarga das responsabilidades familiares e domésticas. Ainda assim, essa atividade contribui para a redução das desigualdades sociais e de gênero, reforçando a importância de políticas públicas de apoio às empreendedoras (SEBRAE, 2019; Cassel, 2024).

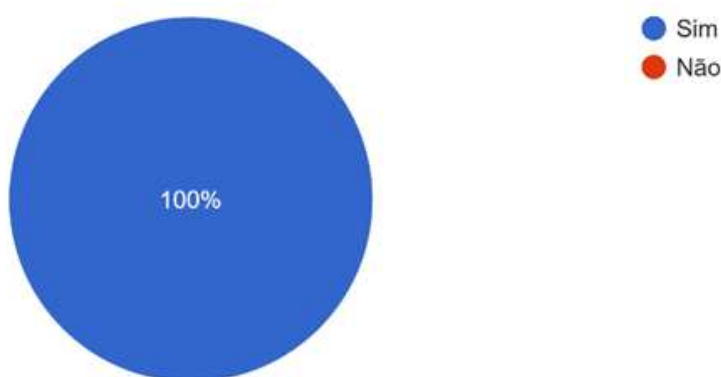
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa sobre o empreendedorismo feminino em Trizidela do Vale - MA evidencia que a revenda de cosméticos desempenha um papel relevante na promoção da autonomia financeira e no fortalecimento da participação das mulheres na economia local. Os dados obtidos junto às 17 revendedoras revelam que a atividade representa uma importante fonte de renda, contribuindo para complementar o orçamento familiar e ampliar as oportunidades de inserção econômica. Além dos benefícios financeiros, a atuação no setor favorece o desenvolvimento de habilidades relacionadas à comunicação, negociação e relacionamento com clientes, fortalecendo a confiança e a independência das participantes.

Os resultados também demonstram que muitas mulheres ingressam na atividade motivadas pela necessidade de geração de renda e pela busca de melhores condições de vida para si e suas famílias. Nesse sentido, a revenda de cosméticos configura-se como uma alternativa acessível de empreendedorismo, especialmente para aquelas que enfrentam dificuldades de inserção no mercado formal de trabalho.

Assim, a atividade ultrapassa a dimensão econômica e assume um importante papel social, contribuindo para o empoderamento feminino, para a ampliação da autonomia pessoal e para a redução de situações de vulnerabilidade social.

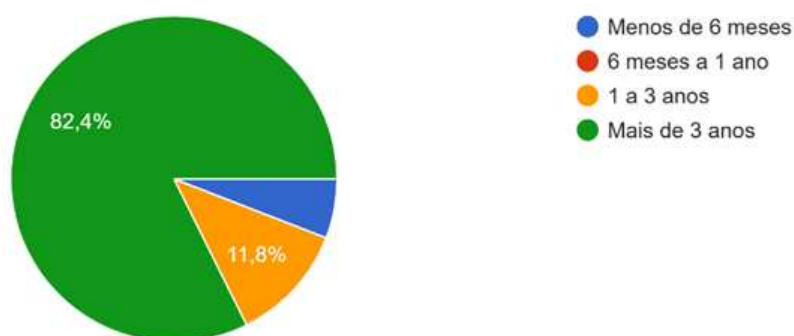
Gráfico 1 – Atuação como revendedora de cosméticos



Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Inicialmente, constatou-se que 100% das 17 participantes atuam como revendedoras de cosméticos, confirmando a adequação da amostra e a confiabilidade dos resultados. Os dados também evidenciam a relevância da atividade como fonte de renda e promoção da autonomia econômica feminina, especialmente em locais com poucas oportunidades no mercado formal, corroborando os achados de Felix *et al.* (2020) e do SEBRAE (2019).

Gráfico 2 – Tempo de atuação com revenda de cosméticos

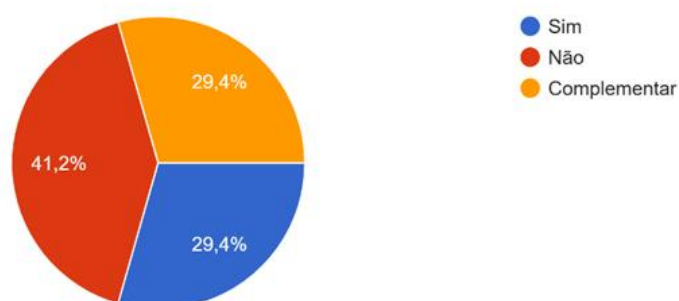


Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os resultados revelaram que 82,4% das entrevistadas atuam na revenda de

cosméticos há mais de três anos, demonstrando experiência e indicando que essa atividade representa uma importante fonte de renda e estabilidade financeira. Esse achado corrobora Santana (2018), ao destacar a permanência das revendedoras no mercado, e o SEBRAE (2019), que relaciona a experiência ao desenvolvimento de competências empreendedoras e à autonomia financeira.

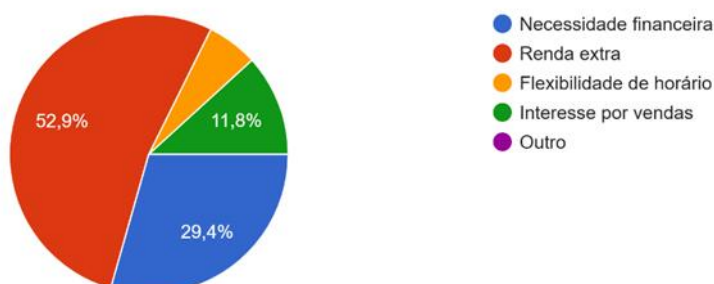
Gráfico 3 – A revenda de cosméticos como principal fonte de renda



Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os dados mostraram que, para 41,2% das entrevistadas, a revenda de cosméticos é a principal fonte de renda familiar, evidenciando sua importância para o sustento e a autonomia financeira das mulheres. No entanto, a dependência dessa atividade também revela desafios relacionados à informalidade e à ausência de direitos trabalhistas. Esses resultados corroboram Moraes (2008), Schunck (2017) e o SEBRAE (2019).

Gráfico 4 – Principal motivo para iniciar na revenda de cosméticos

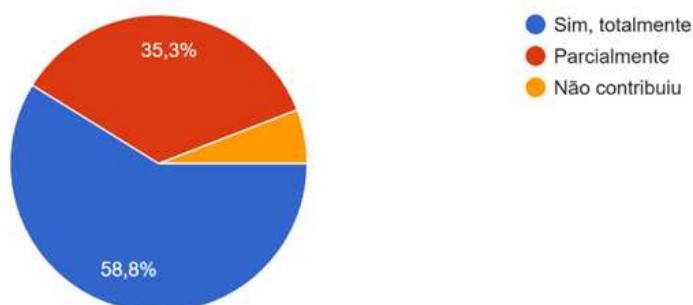


Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os resultados revelaram que 52,9% das entrevistadas iniciaram na revenda de cosméticos por necessidade financeira, evidenciando o empreendedorismo feminino

como alternativa à falta de oportunidades no mercado formal e estratégia para alcançar autonomia financeira. Esse achado corrobora Gonçalves (2016).

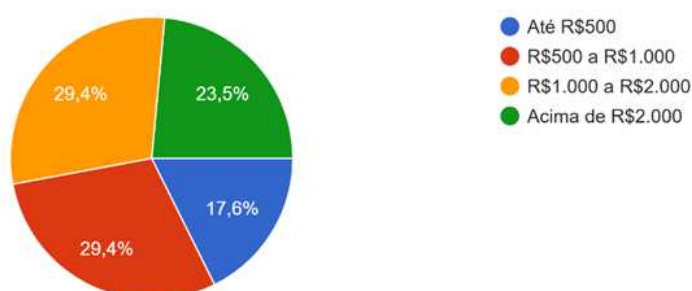
Gráfico 5 – Contribuição da revenda para a autonomia financeira



Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os dados mostraram que 58,8% das entrevistadas afirmaram que a revenda de cosméticos contribuiu totalmente para sua autonomia financeira, enquanto 35,3% relataram contribuição parcial, evidenciando a importância da atividade para a independência econômica. Conforme Rodrigues (2024), essa autonomia amplia o poder de decisão das mulheres, enquanto Kabeer (1999) a relaciona ao empoderamento feminino.

Gráfico 6 – Média de renda mensal com as vendas

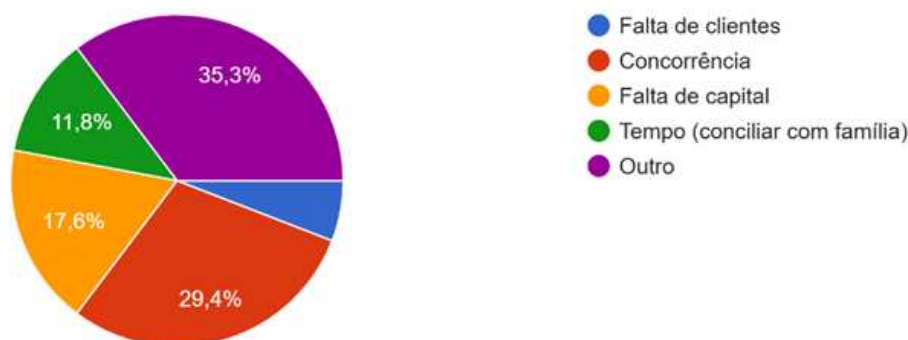


Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os resultados demonstraram que mais da metade das revendedoras obtém renda mensal superior a R\$ 1.000, contribuindo para o sustento familiar. No entanto, os rendimentos ainda permanecem próximos ao salário mínimo, evidenciando uma autonomia financeira marcada pela informalidade e vulnerabilidade. Conforme Sen

(2010), a geração de renda amplia as oportunidades e liberdades individuais, embora fatores estruturais limitem essa autonomia, realidade também destacada por Cassel (2024).

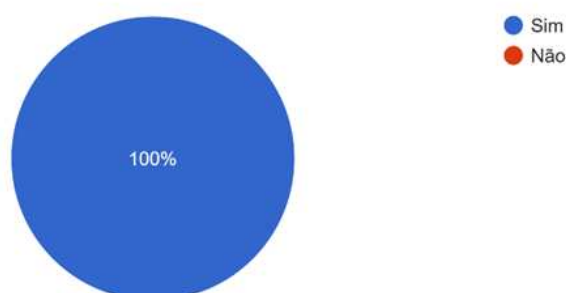
Gráfico 7 – Principais desafios enfrentados na atividade



Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os principais desafios enfrentados pelas revendedoras foram a conciliação entre trabalho, família e tarefas domésticas (35,3%), além da falta de capital, da concorrência e da dificuldade em conquistar clientes. Esses resultados evidenciam que, apesar da autonomia financeira proporcionada pelo empreendedorismo, muitas mulheres ainda enfrentam sobrecarga e barreiras estruturais, como destacam Gonçalves (2016) e Cassel (2024).

Gráfico 8 – Utilização de redes sociais para a venda de produtos

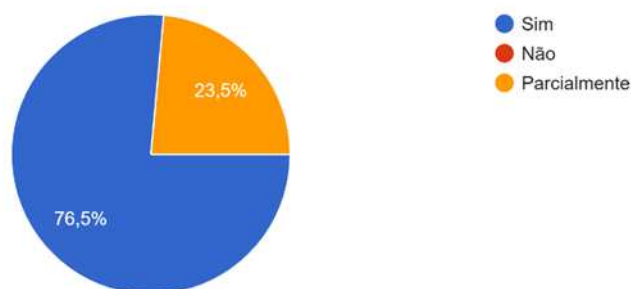


Fonte: Elaborado pela autora (2026).

O Gráfico 8 revela que 100% das 17 revendedoras utilizam redes sociais para divulgar e vender produtos, evidenciando a integração das vendas ao ambiente digital. Ferramentas como WhatsApp e Instagram ampliam o alcance e a comunicação com os clientes, mas também exigem que muitas mulheres assumam funções de gestão

de mídias e produção de conteúdo, aumentando a sobrecarga de trabalho (Castells, 2020; Lastres, 2022).

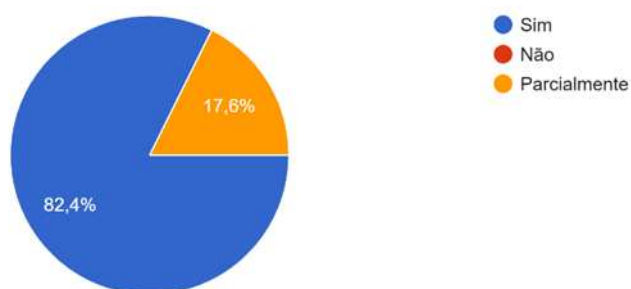
Gráfico 9 – Contribuição da revenda no desenvolvimento pessoal



Fonte: Elaborado pela autora (2026).

A pesquisa mostrou que 76,5% das revendedoras acreditam que a atividade contribuiu diretamente para seu desenvolvimento pessoal, melhorando habilidades como comunicação e liderança, enquanto 23,5% perceberam esse impacto de forma parcial. Esses dados revelam que o empreendedorismo vai além da geração de renda, fortalecendo a autoestima, a autonomia e a participação social das mulheres. Segundo Giddens (2019) e Scott (2021), o desenvolvimento dessas competências favorece a autovalorização e a emancipação feminina, transformando a revenda em um espaço de aprendizado e crescimento pessoal.

Gráfico 10 – Sentimento de independência financeira após iniciar na revenda



Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Os dados mostram que 82,4% das revendedoras se sentem mais independentes financeiramente após iniciarem a venda de cosméticos, enquanto 17,6% percebem essa independência de forma parcial. Isso demonstra que o

empreendedorismo contribuiu para a autonomia e a melhoria da qualidade de vida dessas mulheres. Segundo Saffioti (2021), a independência financeira é essencial para fortalecer a liberdade feminina e reduzir a dependência econômica. Apesar dos avanços, a pesquisa também destaca que muitas mulheres ainda precisam enfrentar dificuldades pela falta de apoio e de políticas públicas voltadas à igualdade de gênero e geração de empregos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa alcançou seu objetivo ao demonstrar que o empreendedorismo feminino na revenda de cosméticos constitui uma importante estratégia de geração de renda e promoção da autonomia financeira para mulheres do município de Trizidela do Vale - MA. Os resultados evidenciaram que essa atividade ultrapassa a simples complementação da renda familiar, assumindo um papel significativo na garantia da subsistência, no fortalecimento da independência econômica e no desenvolvimento da autoestima das empreendedoras. Observou-se que a utilização das redes sociais tem contribuído de forma expressiva para a divulgação dos produtos, ampliação da clientela e fortalecimento dos negócios, tornando-se uma ferramenta indispensável para o crescimento das vendas e para a inserção dessas mulheres no mercado.

Os dados analisados também revelaram que muitas participantes ingressaram no empreendedorismo motivadas pela escassez de oportunidades no mercado formal de trabalho, encontrando na revenda de cosméticos uma alternativa viável para obtenção de renda. Apesar das dificuldades enfrentadas, a atividade proporcionou avanços importantes relacionados à independência financeira, ao desenvolvimento de habilidades de gestão e comunicação e ao aumento da participação feminina nas decisões familiares e sociais. Entretanto, os resultados também evidenciaram desafios persistentes, como a informalidade do trabalho, a instabilidade dos rendimentos, a elevada concorrência no setor e a sobrecarga decorrente da dupla jornada, uma vez que muitas empreendedoras conciliam as atividades profissionais com as responsabilidades domésticas e familiares.

Dessa forma, o estudo contribui para ampliar as discussões acerca da relação entre gênero, empreendedorismo e desenvolvimento local em municípios de pequeno porte, destacando a relevância do empreendedorismo feminino como instrumento de inclusão econômica e transformação social. Embora a pesquisa apresente limitações

relacionadas ao número reduzido de participantes e ao contexto específico investigado, os resultados obtidos reforçam a necessidade de implementação de políticas públicas e programas de capacitação voltados ao fortalecimento dessas mulheres empreendedoras. Sugere-se a realização de novas pesquisas que aprofundem a análise dos impactos sociais, econômicos, psicológicos e emocionais do empreendedorismo feminino, contribuindo para uma compreensão mais ampla dessa realidade e para a formulação de estratégias de apoio mais eficazes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Valderjane Gomes et al. **Empreendedorismo feminino sustentável: um estudo sobre os modelos de negócios das muncípes de Barreirinha/AM.** 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE VENDAS DIRETAS (ABEVD). **Panorama do setor de vendas diretas do Brasil.** São Paulo, 2022

CASSEL, Caroline da Rosa. **Carreiras médicas de mulheres e atuação em gestão: reflexões sobre contextos, influências e as implicações para uma carreira sustentável.** 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** 2. ed. São Paulo: Sextante, 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio.** 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 8. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2021.

FARIA, Ana Maria. **Promoção, planejamento de vendas e relacionamento com o cliente.** Editora Senac São Paulo, 2020.

FELIX, Maria da Conceição Silva et al. **As experiências como revendedoras de cosméticos da empresa Avon na cidade de João Pessoa.** 2020.

FEYO, Miguel Noronha. **Negócios digitais: estratégia, tecnologia e experiência.** Editora Senac São Paulo, 2025.

FISCHER, Tânia. **Gestão social e desenvolvimento territorial.** Salvador: EDUFBA, 2021.

GOMES, Almiralva Ferraz et al. **Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014.

KABEER, Naila. **Resources, agency, achievements**: reflections on the measurement of women's empowerment. Development and Change, v. 30, n. 3, p. 435-464, 1999.

MELO, Hildete Pereira de. **Trabalho e gênero no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

MORAES, Carolina et al. **Mercado de trabalho informal feminino**: Revenda de Cosméticos, no Município de Florianópolis-SC. 2008.

RODRIGUES, Rachel de Mesquita. **Estratégias de enfrentamento à violência contra a mulher**: uma avaliação do setor de autonomia econômica da casa da mulher brasileira do Ceará. 2024.

ROSA, Gildete da. **Empoderamento feminino e desenvolvimento**: uma análise para o Brasil. 2018.

SANTANA, Raísa Teixeira. **Empreendedorismo informal digital e social commerce**: um modelo de negócios no Instagram. 2018.

SCHUNCK, Josiane Garcelli; GUISSONI, Leandro Angotti; LOURENÇO, Carlos Eduardo. **UMA ANÁLISE DA ATUAÇÃO DO REVENDEDOR DA VENDA DIRETA NO SETOR DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS APLICADA NO CONTEXTO BRASILEIRO**. In: Congresso Latino Americano de Varejo e Consumo (CLAV). 2017.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil**: desafios e oportunidades. Brasília: SEBRAE, 2023.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das letras, 2010.

SILVA, Tomás de Ayala Botto Fraústio da. **Aplicação da teoria moderna do portfólio à seleção de canais de marketing digital**. 2014.

STROPARO, Telma Regina; SENHORAS, Elói Martins. **Empreendedorismo feminino**. Editora IOLE, 2023.

VAROTTO, Luis Fernando. **Varejo no Brasil—resgate histórico e tendências**. ReMark-Revista Brasileira de Marketing, v. 17, n. 3, p. 429-443, 2018.

APÊNDICES

Apêndice A:**Questionário**

1. Você atua como revendedora de cosméticos?
2. Há quanto tempo você trabalha com a revenda de cosméticos?
3. A revenda de cosméticos é sua principal fonte de renda?
4. Qual foi o principal motivo para iniciar na revenda de cosméticos?
5. A revenda de cosméticos contribuiu para sua autonomia financeira?
6. Qual é a sua média de renda mensal com as vendas?
7. Quais são os principais desafios enfrentados na atividade de revenda?
8. Você utiliza redes sociais para divulgar e vender seus produtos?
9. A atividade de revenda contribuiu para seu desenvolvimento pessoal?
10. Você se sente mais independente financeiramente após iniciar na revenda de cosméticos?