

O EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA DOCES DO REI EM ILHÉUS-BAHIA

Raimunda Souza¹
Pablo Roberto de Assis²

RESUMO: O empreendedorismo, especialmente no contexto brasileiro, está ganhando cada vez mais relevância devido a uma variedade de fatores, que incluem a busca por oportunidades, incentivos para esse tipo de atividade e a necessidade de geração de recursos, especialmente em nações em desenvolvimento enfrentando crises econômicas, onde as altas taxas de desemprego levam as pessoas a optar, muitas vezes de forma informal, por iniciar seus próprios empreendimentos como uma forma de sustento. Para entendermos melhor esse crescimento e opção pela atividade, foi realizada uma pesquisa de cunho qualitativa, utilizando-se da história oral, buscando através dos relatos da empreendedora Tatiane Rodrigues compreender sua trajetória no mercado e atingir os objetivos da pesquisa. Para alcançá-los, foi fundamental recorrer sua teoria para avaliar o panorama do empreendedorismo no Brasil e também buscar dados relevantes do empreendedorismo feminino a fim de analisar o crescimento desse mercado. Isso permitiu uma visão mais completa e embasada sobre a dinâmica empreendedora, possibilitando o alcance dos objetivos propostos pela pesquisa. Os resultados permitiram uma comparação com estudos anteriores, apontando que muitas características inerentes à mulher são levadas para sua gestão nas empresas, além da sua capacidade de exercer múltiplos papéis, buscando encontrar o equilíbrio entre família e negócios. 2699

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Negócios.

ABSTRACT: Entrepreneurship, particularly in the Brazilian context, is gaining increasing prominence due to a variety of factors, including the pursuit of opportunities, incentives for this type of activity, and the necessity to generate resources, especially in developing nations grappling with economic crises, where high unemployment rates often lead individuals to opt, often informally, for initiating their own businesses as a means of livelihood. To gain a better understanding of this growth and the choice of this activity, a qualitative research was conducted, utilizing oral history to comprehend the trajectory of entrepreneur Tatiane Rodrigues in the market and achieve the research objectives. To accomplish this, it was essential to draw from theory to assess the landscape of entrepreneurship in Brazil and also gather relevant data on women entrepreneurship to analyze the growth in this sector. This allowed for a more comprehensive and well-founded insight into the entrepreneurial dynamics, enabling the achievement of the proposed research objectives. The findings permitted a comparison with previous studies, indicating that many characteristics inherent to women are incorporated into their management of businesses, along with their ability to assume multiple roles while striving to strike a balance between family and business.

Keywords: Entrepreneurship. Female Entrepreneurship. Business.

¹ Discente do curso de Administração da Faculdade de Ilhéus, Centro de Ensino Superior, Ilhéus, Bahia.

² Docente do curso de Administração da Faculdade de Ilhéus, Centro de Ensino Superior, Ilhéus, Bahia.

I. INTRODUÇÃO

A atividade empreendedora no Brasil está crescendo e se destacando. Segundo o GEM (2022). Três em cada dez brasileiros adultos entre 18 e 64 anos possuem uma empresa ou estão envolvidos com a criação de um negócio próprio. Em 10 anos, essa taxa de empreendedorismo saltou de 23%, para 34,5%. os dados mostram aproximadamente 26 milhões de brasileiros estão envolvidos em alguma atividade empreendedora. Para o SEBRAE (2021)

Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas. já para Chiavenato (2007), um empreendedor é uma pessoa que inicia e opera um negócio implementar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e se responsabilizando por e inovar constantemente. Ele também diz que os empreendedores são os heróis favoritos do mundo dos negócios porque fornecem empregos e introduzem inovações que apoiem o crescimento econômico.

Pode-se observar o crescimento da atuação da mulher no mundo empreendedorismo e segundo dados do GEM (2022), a mulher brasileira é uma das que mais empreende em todo o mundo. Os dados analisados mostram que houve um crescimento considerável ao desempenho das mulheres nas taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA 2018). Em 2019, as mulheres tiveram uma participação maior do que os homens. Homens com 19,9% para mulheres e 19,2% para homens. Esses resultados mostram a importância da mulher para a economia brasileira, sem levar em conta os empreendedores informais. 2700

Essa inserção da mulher no mercado de trabalho, mais precisamente através dos negócios isso acontece não só de forma monetária, mulheres buscam ao empreender serem notadas de forma igualitária, e isso acontece a partir de quando têm uma parcela maior de participação na da renda familiar. Desta forma, procuram uma maneira de obter renda sem muita burocracia e pode ser isso, atuam em meio ao cotidiano como donas de casa e, por isso, acabam optando por informalidade. Mesmo de forma informal, essas mulheres contribuem para o crescimento econômico, mesmo sem ter um conhecimento mais profundo sobre isso, sua atuação no país (VIERIA; FERREIRA, 2013). Nesse bojo, esta pesquisa teve como objetivo analisar, quais os principais motivos que levaram a empreendedora criar a empresa Doces do Rei, na cidade de Ilhéus- Bahia.

2. REFERENCIAL TEORICO

2.1 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil tem uma história rica e complexa, que remonta aos tempos coloniais. Durante os séculos XVI e XVII, a economia brasileira era baseada na produção de açúcar, o que criou uma classe de proprietários de terras e empreendedores que controlavam a produção e a distribuição do produto. Dolabela (2008, p. 24) diz que o empreendedor é uma pessoa insatisfeita que usa seu inconformismo como motor para buscar em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Segundo ainda o autor, o empreendedor é alguém que acredita que pode alterar o mundo.

Com a abolição da escravidão em 1888, muitos ex-escravizados se tornaram empreendedores, criando negócios próprios em setores como o artesanato, a agricultura e o comércio. No entanto, o empreendedorismo no Brasil permaneceu dominado por uma elite de proprietários de terras e empresários até meados do século XX. (SAALES. 2017)

Ainda segundo Saales, durante a década de 1950, houve um impulso no empreendedorismo no Brasil, com a criação de novas empresas em setores como a indústria automobilística, a construção civil e a tecnologia. Esse período foi caracterizado por uma política de industrialização por substituição de importações, que incentivou a produção nacional e o desenvolvimento de indústrias locais. Confirmando as falas de Gobira, (2020), do portal StartSe, o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do país de várias formas, sendo gerando empregos ou criando novos produtos, fomentando o mercado de consumo. Ainda segundo o autor o empreendedorismo tem papel fundamental na economia do país, e proporciona incentivo para o crescimento da mesma. Além disso, o mesmo destaca que o empreendedor, pelo fato de enxergar oportunidades e ter a coragem em arriscar, serve como impulso para reerguer o país frente à crises e dificuldades.

Nos anos 90, o Brasil passou por uma série de reformas econômicas que visavam modernizar a economia e estimular o empreendedorismo. A abertura da economia e a redução das barreiras comerciais permitiram a entrada de empresas estrangeiras no mercado brasileiro, criando novas oportunidades para empreendedores locais.

2.2 Empreendedorismo Feminino

Historicamente, as mulheres foram sub-representadas no empreendedorismo devido a normas sociais e papéis de gênero tradicionais, que as relegavam principalmente a funções domésticas e cuidadoras. Bolson e Oliveira (2018) dizem que, desde a antiga sociedade, a mulher sempre teve um papel bem definido dentro da sociedade: dona de casa, responsável pelo zelo e bem-estar dos filhos e da casa, invariavelmente submissa aos pais ou ao marido, não tendo a oportunidade de expressar suas opiniões ou de realizar seus sonhos. Nessa nova sociedade que vem se formando com o passar dos anos tem sido observada uma mudança no comportamento das mulheres, não para serem iguais aos homens.

No entanto, nas últimas décadas, houve um aumento significativo da participação das mulheres no mundo dos negócios, impulsionado por fatores como a busca por independência financeira, a igualdade de oportunidades e a realização pessoal. Bolina (2015) ressalta que elas estão vencendo as barreiras impostas pelo preconceito, pelo mercado, pela economia e tantas outras. Várias empreendedoras e mulheres de negócios têm construído verdadeiros impérios ou conquistado posições de destaque em grandes empresas, com cargos de liderança que há alguns anos eram predominantemente ocupados por homens.

2702

As mudanças sociais e econômicas têm proporcionado um ambiente mais favorável para o empreendedorismo feminino. Avanços na igualdade de gênero, conquistas educacionais, políticas de inclusão e conscientização sobre a importância da diversidade têm incentivado as mulheres a buscar suas ambições empreendedoras. Além disso, o desenvolvimento de novas tecnologias e a crescente flexibilidade do trabalho têm facilitado o empreendedorismo feminino, permitindo que as mulheres conciliem suas responsabilidades familiares e profissionais.

De acordo com o relatório do GEM de 2020 e 2021, o índice de empreendedorismo feminino aumentou 6,6%, quando comparado aos mesmos 50 países que participaram da pesquisa em 2016 e 2017. Em comparação, o índice masculino aumentou 0,7%. Anteriormente, o relatório GEM 2017 com foco nas mulheres destacou que o empreendedorismo feminino aumentou 10%, globalmente, de 2014 a 2016. Dessa forma, o diretor executivo do GEM, Mike Herrington, relata que as mulheres empreendedoras contribuem significativamente para o crescimento e o bem-estar de suas sociedades e oferecer a elas apoio mais direcionado trará retorno para o desenvolvimento econômico de qualquer país.

No entanto, apesar dessas mudanças positivas, ainda persistem desafios e obstáculos para as mulheres empreendedoras. Barreiras como a falta de acesso a financiamento e recursos,

estereótipos de gênero, desigualdade salarial, desequilíbrio na divisão do trabalho doméstico e falta de suporte e mentoria específicos podem dificultar o sucesso e o crescimento dos negócios liderados por mulheres.

É importante reconhecer a importância do empreendedorismo feminino não apenas para as mulheres empreendedoras individualmente, mas também para a sociedade como um todo. As mulheres empreendedoras podem contribuir para o crescimento econômico, a criação de empregos, a inovação, a diversidade e a transformação social. Além disso, o empreendedorismo feminino serve como um modelo inspirador para outras mulheres, encorajando-as a buscar suas próprias ambições e desafiando as normas de gênero estabelecidas.

Conforme Fernandes, Campos e Silva (2013), o perfil da mulher empreendedora pode ser descrito como o de uma pessoa que considera o fato de ter um negócio próprio como uma estratégia aplicada à forma de se viver e não apenas uma maneira de ganhar dinheiro ou uma ocupação. Ela está sempre procurando tornar o trabalho um meio de beneficiar a todos que estão à sua volta.

2.3 Relação Trabalho versus Família

2703

A relação entre trabalho e família é uma questão fundamental enfrentada por muitas mulheres empreendedoras. Equilibrar as demandas profissionais e as responsabilidades familiares pode ser um desafio significativo as mulheres empreendedoras frequentemente enfrentam o desafio de equilibrar as demandas profissionais e pessoais. As responsabilidades familiares, como cuidar de filhos ou familiares, podem requerer mais tempo e energia, o que pode limitar o tempo disponível para se dedicar ao negócio.

Para Hisrich, R. D., et al. (2017) um dos principais motivos que faz com que as mulheres empreendam é a carga de trabalho as mulheres empreendedoras muitas vezes assumem múltiplos papéis, equilibrando as demandas do negócio com as responsabilidades familiares. Isso pode resultar em uma carga de trabalho intensa e maior pressão para equilibrar as expectativas profissionais e pessoais.

Para Gomes e Santana (2004 apud ARAÚJO, 2013, p. 11), um dos principais motivos que faz com que as mulheres empreendam é a possibilidade de gerenciamento de tempo, onde ela possa dividir as horas de seu dia entre as atividades do trabalho e as atividades de casa. Assim elas contam com o fator flexibilidade, pois não tem horários fixos para cumprir suas obrigações.

Mas ter flexibilidade de horários não quer dizer que seja simples ser uma mulher empreendedora. Por mais que possam dividir seu tempo, nem sempre isso é suficiente para que se cumpram todas as atividades.

Muitas mulheres, além de donas de casa e empresárias, também mães, o que exige ainda mais responsabilidade, o que gera conflitos "trabalho versus família" porque mesmo com flexibilidade de horário, que nem sempre é o caso, essas são capazes de cumprir todas as obrigações. Este conflito é gerado a partir do momento em que não há definição de prioridade porque as mulheres querem ser realizadas no trabalho, porém não podem deixar a família de lado, pelo contrário, a família é uma grande motivação para que se dediquem ao trabalho, para que possam garantir melhores condições de vida para suas famílias. Este conflito é um motivo de preocupação, por isso é imprescindível tomar providências para minimizá-los.

Shelton (2006) salienta que na tentativa de diminuir os conflitos entre o trabalho e a família, as empreendedoras por diversas vezes optam por três ações: deixar de exercer funções da vida pessoal ou da profissional, formar uma família menor e terceirizar as atividades do lar, ou compartilhar os conflitos tanto do empreendimento quanto da família com outras pessoas.

Do ponto de vista dos autores, percebe-se que o conflito trabalho versus família está presente na vida das empresárias, mas não a impede tentando se destacar na vida profissional. Para que isso aconteça, essas mulheres desenvolvem atividades que as ajudam a equilibrar suas atividades diárias na empresa e na família.

2704

3. MATERIAIS E METODOS

A pesquisa é um processo investigativo realizado por meio de perguntas, é sistemática e metódica, buscando aumentar o conhecimento sobre um assunto específico (COLLIS; HUSSEY, 2005).

A classificação metodológica da pesquisa em termos de objetivos é descritiva, e o método de pesquisa adotado para este estudo foi o estudo de caso. De acordo com Gil (2002, p. 54), um estudo de caso "envolve um estudo aprofundado e exaustivo de um ou alguns objetos, de forma a permitir um amplo e detalhado conhecimento, uma tarefa praticamente impossível por meio de outros delineamentos."

O processo da pesquisa é de natureza qualitativa, pois é um método subjetivo que examina e reflete sobre as percepções de um grupo, com o objetivo de obter entendimento das atividades sociais e humanas (COLLIS; HUSSEY, 2005). Quanto à coleta de dados, foi utilizada

uma pesquisa de campo. Gil (2002) define essa técnica como uma maneira de aprofundar o conhecimento sobre um grupo ou comunidade, enfatizando a interação entre seus membros.

Para a coleta de dados, foi utilizada uma entrevista semiestruturada. Essa técnica guia o entrevistado para responder aos principais pontos de interesse do entrevistador (GIL, 2002). Foram realizadas entrevistas com a proprietária da empresa em 2023.

A pesquisa utilizada para o desenvolvimento deste trabalho é de cunho qualitativo. Para Fernandes et. al (2018, p. 145) “Assim, visa entender, descrever e explicar os fenômenos sociais de modos diferentes, através da análise de experiências individuais e grupais.” Com base neste tipo de abordagem e método utilizado, buscaremos relatar as experiências vividas das empreendedoras do negócio doces do rei na cidade de Ilhéus, estado da Bahia. Vivência descritas pelas mesmas, afim de entendermos como se deu o processo de aprendizagem experiencial empreendedora.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

4.1 A empresa estudada

Os dados coletados por meio das entrevistas foram analisados utilizando a técnica de análise de conteúdo. De acordo com Collis e Hussey (2005), essa técnica é um método formal de análise quantitativa de dados qualitativos, que proporciona confiabilidade e validade ao pesquisador.

2705

Quadro 1. Perguntas segundo a categoria das justificativas

GESTORA		
CATEGORIAS	PERGUNTAS	JUSTIFICATIVAS
EMPREENDEDORIS MO	Você poderia falar um pouco sobre sua história de vida?	Ferreira e Nogueira (2013); Barbosa et al. (2011).
	Qual sua idade e estado civil. Quantos filhos você tem?	Gouvêa, Silveira e Machado (2013); Martins et al. (2010); Silveira e De Gouvêa (2008).
	Qual a sua formação acadêmica?	Gouvêa, Silveira e Machado (2013); Silveira e De Gouvêa (2008).
	Você procura se profissionalizar visando trazer mais conhecimento e inovação para a empresa?	Silveira e De Gouvêa (2008).

	Quais foram os motivos que a levaram a Empreender? Você partiu de alguma Experiência anterior?	Ferreira e Nogueira (2013); Barbosa e tal .(2011); Hisrich, Peters e Shepherd (2009).
	Você poderia falar um pouco história da empresa?	Ferreira e Nogueira (2013); Martins et al. (2010).
EMPREENDEDORISMO FEMININO	Você contou com o apoio dos familiares na abertura do próprio negócio?	Barbosa, De Carvalho, Simões e Teixeira (2011), Thébaud (2015).
	Qual foi a maior dificuldade encontrada para abrir o negócio?	Barbosa, De Carvalho, Simões e Teixeira (2011).
	Qual papel você desempenha na empresa?	Gouvêa, Silveira e Machado (2013); Silveira e De Gouvêa (2008).
	Você percebe alguma dificuldade pelo fato de ser mulher no trato do negócio?	Cramer et al. (2012), Thébaud (2010, 2015).
	Você acha que seriam diferentes as relações se fosse um homem gerindo o negócio?	Cramer et al. (2012), Thébaud (2010, 2015).
	Você enfrenta dificuldades para conciliar os horários de trabalho com a família?	Cramer et al. (2012).); Ferreira e Nogueira (2013); Barbosa; De Carvalho, Simões e Teixeira (2011).
	Os controles contábeis e financeiros da empresa são geridos com controle rigoroso?	Cramer et al. (2012).Ferreira e Nogueira (2013); Barbosa; De Carvalho, Simões e Teixeira (2011).

Fonte. Autoria Própria.

A empresa do ramo alimentício, localizada em Ilhéus na Bahia, assim como outras empresas surgidas a partir da necessidade, nasceu quando a proprietária enfrentava desafios financeiros como muitas pessoas. Ela decidiu começar a fazer doces, principalmente trufas, e, com a ajuda de seus filhos, os vendiam para os moradores locais. Essa era uma maneira de ganhar uma renda extra, e o que começou como um simples escape, logo se transformou em uma das principais fontes de sustento da família.

À medida que a demanda por seus doces foi crescendo, a empreendedora percebeu que seu negócio poderia ser mais do que apenas uma renda extra. Com grande determinação, ela

decidiu regularizar seu empreendimento e se tornou uma Microempreendedora Individual (MEI), tornando seu negócio ainda mais profissional e estabelecido.

A pandemia trouxe inúmeros desafios para todos, mas a proprietária viu nessa crise uma oportunidade. Ela aproveitou o cenário para expandir ainda mais o seu negócio. Mesmo em tempos difíceis, sua paixão pelos doces e sua determinação a levaram a superar as adversidades e a prosperar em seu empreendimento.

4.2 A empresa e seu perfil

Natural de Ilhéus, a empreendedora tem cinco filhos, seu sua família desempenhou um papel fundamental na construção de sua carreira profissional, sempre apoiando e incentivando suas iniciativas.

Antes de trabalhar na área que ama, ela desempenhou várias funções, incluindo vendedora em lojas, recepcionista e até mesmo vendedora de churrasquinho para ajudar nas despesas com alimentação e moradia. Seu interesse pela confeitaria foi despertado quando trabalhou em um café próximo à sua residência.

Mesmo com pouca experiência, ela começou a fazer doces para revender, devido às suas necessidades financeiras. Ao longo dos anos, aprimorou suas habilidades e conquistou a confiança do público que atende hoje. Apesar dos desafios iniciais, ela encara tudo o que enfrentou com leveza e um profundo senso de superação.

2707

Durante esse período contei com uma rede de apoio dos meus familiares que colaboraram com a educação dos meus filhos. Vale ressaltar também a relevância que meu cônjuge teve na construção da minha carreira profissional, sempre apoiando e incentivando as minhas iniciativas. Antes de trabalhar com o que eu amo, passei por algumas áreas como: Vendedora em lojas, recepcionista e também vendia churrasquinho para ajudar nos custos com alimentação e moradia. (Tatiane Rodrigues)

Analisando as informações fornecidas pela Tatiane Souza suas características confirmam os estudos de Gouvêa, Silveira e Machado (2017), Martins *et al.* (2013) e, Silveira e Gouvêa (2018): ela é casada, tem 48 anos, possui cinco filhos, teve emprego anterior onde inclusive e não concluiu o ensino médio, contudo por necessidade colocou-se a aprender sobre o ramo em que atua . Dados do relatório GEM (2022) apontam que 52% daqueles considerados novos empresários, com até três anos e meio de mercado, são mulheres.

No que diz respeito às atividades predominantes nos empreendimentos, conforme a classificação por gênero, o relatório GEM (2021) aponta que, no Brasil, as mulheres frequentemente optam por iniciar empreendimentos que tradicionalmente são associados ao universo feminino, como restaurantes e serviços de alimentação. A pesquisa conduzida na

empresa Encanto de Minas corrobora esses achados. Além de atuar no setor alimentício, a empresária relata que iniciou seus empreendimentos de maneira bem amadora.

Em relação à diversidade de funções desempenhadas pelas mulheres, autores como Ferreira e Nogueira (2022), Cramer et al. (2018) e Silveira e Gouvêa (2021) abordam em suas pesquisas as pressões oriundas tanto da própria família quanto do mercado. Uma das características marcantes é a quantidade de horas que as mulheres dedicam ao negócio. No caso da empresa estudada, isso não foi diferente:

Minha família sempre foi imparcial quanto ao meu empreendimento, não se manifestando a favor ou contra, mas colaborando com a aquisição dos meus produtos comercializados. (Tatiane Rodrigues)

Além das características previamente exploradas pelos autores Ferreira e Nogueira (2013), Cramer et al. (2021) e Silveira e Gouvêa (2018) relacionadas à tensão entre família e negócios, a empreendedora entrevistada compartilha o seguinte:

Como ressaltai anteriormente, lidar com duas jornadas de trabalho é complicado. Eu diria que hoje nem tanto devido aos crescimentos das crianças, mas a uns anos atrás eu tinha mais dificuldade de gerenciar meus horários. (Tatiane Rodrigues).

4.3 O empreendimento

A Doces do Rei é Classificada como Microempreendedora Individual, importante destacar que dados sobre a receita bruta operacional da empresa não foram questionados. Segundo o Sebrae, para ser classificada como microempreendedora Individual Faturamento anual até R\$ 81 mil.

Os Microempreendedores e as micro e pequenas empresas estão ultrapassando as empresas de grande porte, principalmente quanto às respostas mais rápidas com relação às demandas do mercado (PREVIDELLI; MEURER, 2015). Os autores ressaltam que isto é possível graças à menor burocratização das rotinas e maior flexibilidade, pois, os empreendedores estão em constante busca por inovação de produtos e serviços para sobreviver ao mercado cada vez mais competitivo. Dois trechos da entrevista realizada com a empreendedora corroboram com esta ideia:

A empreendedora Tatiana, à frente da Doces do Rei, compartilha sua abordagem criativa e inovadora nos negócios. Ela ressalta a importância da receita mestre como a base de suas criações, permitindo a diversificação de produtos em termos de sabores, formatos e tamanhos. Ela também enfatiza sua disposição para testar novas ideias, mesmo aquelas que podem parecer

desafiadoras, e seu desejo de explorar a criação de opções mais leves, embora admita que essa área ainda seja um desafio.

Além disso, Tatiana descreve sua visão para a Doces do Rei como uma empresa moderna e dinâmica, destacando a diversidade de negócios que a empresa abrange. Isso inclui parcerias com padarias, estratégias de marketing com degustações e promoções, bem como serviços de entrega, com foco na conveniência dos clientes. Ela também menciona sua consideração futura de abrir um café, evidenciando seu contínuo desejo de expansão e inovação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo tem se destacado como um elemento crucial para o desenvolvimento econômico dos países, oferecendo oportunidades cada vez maiores para as mulheres no mercado de trabalho. Atualmente, os consumidores buscam soluções eficazes para suas necessidades, o que cria um ambiente favorável para micro e pequenas empresas, que possuem maior flexibilidade para inovar em comparação com grandes corporações. Essa tendência tem aberto portas para o empreendedorismo feminino. Nesse contexto, o objetivo geral desta pesquisa foi quais os principais motivos que levaram a empreendedora criar a empresa Doces do Rei, empresa do ramo alimentício da cidade de Ilhéus – Bahia.

Observa-se que a empreendedora, movida pela necessidade, adquiriu conhecimentos empreendedores ao longo do tempo. Ela optou por desenvolver um negócio que lhe traria retorno financeiro rápido, a culinária, e conseguiu aplicar experiências anteriores de trabalho.

A busca por equilibrar o trabalho com a vida familiar é fundamental no empreendedorismo feminino, assim como características de gerenciamento que envolvem respeito e preocupação com clientes e funcionários, qualidade dos produtos e satisfação do cliente.

A pesquisa ressalta a importância da autoavaliação e do apoio na atividade empreendedora, refletindo o desejo da mulher em compartilhar informações e poder, além de promover o crescimento e a profissionalização do negócio. Entretanto, não foram enfatizadas as dificuldades ou desafios enfrentados durante a abertura e a operação do empreendimento, em parte devido à presença de uma mulher como fundadora no setor tradicionalmente gerido por mulheres.

O estudo destaca que o desenvolvimento de futuras pesquisas que investiguem as características do empreendedorismo feminino é essencial. Uma sugestão interessante seria a realização de estudos de caso comparativos entre empreendimento femininos e masculinos do

mesmo porte e setor, a fim de ampliar o conhecimento sobre o tema e compreender as nuances do empreendedorismo de gênero.

REFERÊNCIAS

BARBOSA; DE CARVALHO; SIMÕES; TEIXEIRA. **Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – SE, 2021.**

CHIAVENATO, Idalberto. **Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar seu próprio negócio/Idalberto. Chiavenato.-2d. rev. e. atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.**

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luíza.** 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios.** I. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil : 2021 -** Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco ; autores : Mariano Macedo Matos... [et al] -- Curitiba: IBQP, 2021. http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/GEM_2021_-_Livro_Empreendedorismo_no_Brasil.pdf - Acesso em 15 de setembro de 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo, v. 4, n. 61, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2016).** Curitiba: IBQP, 2021.

_____. Relatório global, 2021. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil, 2021.**

GOMES, A. F. **Mulher e Gestão.** São Paulo: Revista de Gestão USP, v.12, n.3 p.1-9, julho/setembro 2005.

GOMES, Almira Ferraz. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-Ba.** Revista Alcance, v. II, n. 2 (Mai-Ago), p. 207-226, 2009.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** Economia informal urbana. Ilhéus, 2021.

SALLES, Ana Beatriz Tomás. **Capitalismo no Brasil: O ambiente institucional para o empreendedorismo no início do Século XXI.** 2008. 257 p.

SHELTON, L. M. **Female Entrepreneurs, Work-Family Conflict and Venture Performance: New Insights into Work-Family Interface.** Journal of Small Business Management. V. 44(2), Abr, 2006.