

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA - INC
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

TATIELE CANDIDO MALAQUIAS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ALTO SOLIMÕES-AMAZONAS:
Oportunidades e desafios da confeitaria em Benjamin Constant-Amazonas**

BENJAMIN CONSTANT

2023

TATIELE CANDIDO MALAQUIAS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ALTO SOLIMÕES-AMAZONAS:
Oportunidades e desafios da confeitaria em Benjamin Constant-Amazonas**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), submetido ao Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas/Instituto de Natureza e Cultura, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

ORIENTADORA: PROFA. DRA. LEONOR FARIAS ABREU

BENJAMIN CONSTANT

2023

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

M237e Malaquias, Tatiele Candido
Empreendedorismo feminino no Alto Solimões- Amazonas :
oportunidade e desafios da confeitaria em Benjamin Constant-
Amazonas / Tatiele Candido Malaquias . 2023
61 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Leonor Farias Abreu
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do
Amazonas.

1. Empreendedorismo feminino. 2. confeitaria. 3. mercado de
trabalho feminino. 4. Benjamin Constant-Amazonas. I. Abreu,
Leonor Farias. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

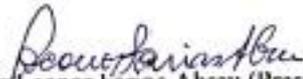
TATIELE CANDIDO MALAQUIAS

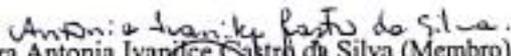
**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ALTO SOLIMÕES-AMAZONAS:
oportunidades e desafios da confeitaria em Benjamin Constant-Amazonas**

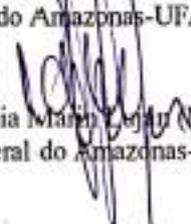
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), submetido ao Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas/Instituto de Natureza e Cultura, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em 20 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA:


Prof.ª. Dra. Leonor Farias Abreu (Presidente)
Universidade Federal do Amazonas-UFAM/IN


Prof. Dra. Antonia Ivanice Castro da Silva (Membro)
Universidade Federal do Amazonas-UFAM/INC


Prof. Ma. Patricia Maria Leijer (Membro)
Universidade Federal do Amazonas-UFAM/INC

Dedico este trabalho às minhas filhas Mônica e Aurora, por serem minhas inspirações maiores, no decorrer da faculdade, todo esforço, foi por elas e sempre será por elas.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecer a Deus por me guiar até aqui, por ter me dado discernimento e paciência para enfrentar todos os obstáculos que surgiram no meu caminho, e por me livrar de todo o mal que me cerca.

Agradecer minha mãe Trindade e ao meu pai Francisco por todo apoio durante minha trajetória na faculdade, meus irmãos Francisco Jr, Fabio, Anderson, Arlecy, Taciane, Tais e Ingrid, as minhas cunhadas Joana, Marcineia, que sempre me apoiaram mesmo de longe, e nunca deixaram de acreditar em mim.

As minhas filhas Mônica e Aurora, por ser meu maior porto seguro, apesar de elas não estarem ao meu lado elas são minhas maiores inspiração para a conclusão do meu curso.

Ao pai das minhas filhas Erik por ser um pai muito presente e por estar cuidando delas enquanto eu estava ausente devido a minha jornada acadêmica.

Aos amigos que a faculdade me proporcionou, Deiviane, Gilziandre, Vanderlan, Dara, Rogério, Iran Maciel, Erica Hellem, Eugenio e Mateus, pelos incentivos, a não desistir do curso

A universidade por proporcionar este curso, e me permitir viver momentos únicos e experiências inesquecíveis e aos professores por todo conhecimento repassado a mim, muito obrigada.

A minha orientadora Dra. Leonor pela dedicação e paciência no decorrer da monografia, pois sem a orientação da mesma não seria possível concluir o desenvolvimento do trabalho, muito obrigada.

Às confeitadeiras por se disponibilizarem a responder minha pesquisa, pois sem elas não seria possível a realização deste trabalho. Minha eterna gratidão a todas.

Agradeço a todas as pessoas que estiveram presente durante minha jornada acadêmica, de forma indireta, meu muitíssimo obrigado.

RESUMO

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque no Brasil e no mundo, sendo considerado um importante vetor para o desenvolvimento socioeconômico. Muitas das mulheres, em meio ao caos causado da Pandemia do Covid-19, conseguiram se manter durante a crise por terem tido a necessidade de empreender para gerar renda extra ou até mesmo única renda, como alternativa para driblar o desemprego e a falta de oportunidade. Diante desse contexto, o estudo teve como objetivo geral analisar que fatores impulsionaram mulheres a empreenderem no ramo da confeitaria no município de Benjamin Constant. Os procedimentos metodológicos que norteiam a pesquisa, envolvem abordagem qualitativa, com caráter descritivo. Os dados foram obtidos por meio de levantamento bibliográfico e pesquisa de campo por meio de entrevista, com seis mulheres confeitadeiras que atuam no município de Benjamin Constant–Amazonas, as quais foram escolhidas de forma aleatória e por conveniência e que se dispuseram a participar livremente da entrevista. Por meio dos resultados, verificou-se que as participantes possuem um perfil, com idade entre 18 a 40 anos, a maioria é solteira e com filhos, o grau de escolaridade varia do ensino médio completo ao nível superior completo e a maioria das entrevistadas declarou que negócio de confeitaria não é sua única fonte de renda, mas sim um complemento, considerando o seu perfil socioeconômico. Diante disso pode-se observar que, as confeitadeiras buscam empreender pelo desejo de ter o seu próprio negócio, conquistando uma realização profissional e independência financeira, sem precisar abrir mão das suas prioridades.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; confeitaria; mercado de trabalho feminino; Benjamin Constant-Amazonas.

ABSTRACT

Female entrepreneurship has gained prominence in Brazil and worldwide, being considered an important vector for socioeconomic development. Many women, in the midst of the chaos caused by the Covid-19 Pandemic, were able to maintain themselves during the crisis because they had the need to undertake entrepreneurship to generate extra or even sole income, as an alternative to circumvent unemployment and lack of opportunity. Given this context, the study had as a general objective to analyze what factors drove women to undertake in the confectionery business in the municipality of Benjamin Constant. The methodological procedures that guide the research involve a qualitative approach, with a descriptive character. The data was obtained through a bibliographic survey and field research through interviews with six women confectioners who work in the city of Benjamin Constant-Amazonas, who were chosen at random and for convenience and who were willing to participate freely in the interview. By means of the results, it was verified that the participants have a profile, with age between 18 and 40 years, the majority is single and with children, the level of schooling varies from complete high school to complete higher education and most of the interviewees declared that the confectionary business is not their only source of income, but rather a complement, considering their socioeconomic profile. Given this, it can be observed that confectioners seek entrepreneurship due to the desire to have their own business, achieving professional fulfillment and financial independence, without having to give up their priorities.

Keywords: female entrepreneurship; confectionary; female labour market; Benjamin Constant-Amazonas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mulheres no mercado de trabalho	20
Figura 2 – Melhores condições de vida e trabalho para todas as mulheres.....	24
Figura 3 – Primeiras evidências de panificação viagem no tempo.....	28
Figura 4 – Imagens de doces franceses.....	29
Figura 5 – Decoração de bolo de aniversário.....	30
Figura 6 – Confeiteira decorando o bolo com nozes.....	32
Figura 7 – Mapa geográfico Microrregião do Alto Solimões do Amazonas.....	36
Figura 8 – Etapas da Pesquisa.....	39

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tempo de atuação na confeitaria e faixa etária.....	40
Quadro 2 – Estado civil e quantidade de filhos.....	41
Quadro 3 – Grau de escolaridade.....	42
Quadro 4 – Tipos de doces que a confeitaria produz.....	43
Quadro 5 – O principal motivo que levou você entrar no ramo da confeitaria.....	43
Quadro 6 – Município de aquisição de matéria-prima.....	44
Quadro 7 – Desafios mais relevante no ramo da confeitaria em Benjamin Constant.....	45
Quadro 8 – Local onde faz a produção dos bolos e doces.....	46
Quadro 9 – Meios de divulgação e promoção dos serviços de confeitaria.....	47
Quadro 10 – Atendimento aos clientes e formas entrega dos produtos na cidade de Benjamin Constant- AM.....	48
Quadro 11 – Tipos de eventos que essas confeitarias atendem, e a média de rendimento financeiro mensal.....	49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
1.1 Empreendedorismo: contexto histórico e conceito	12
1.2 Tipos de Empreendedorismo	16
1.3 Mercado de Trabalho e empreendedorismo feminino	19
1.4 Contexto histórico da Confeitaria	27
1.5 Confeitaria no Brasil	31
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	35
2.1 Descrição geral do local e área do estudo	35
2.2 Delineamento metodológicos da pesquisa	36
2.2.1 Etapas da Pesquisa	39
3 APESNTAÇÕES DOS RESULTADOS E DISCURSSÕES	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS	52
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCL)	57
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA	59

INTRODUÇÃO

O fenômeno do empreendedorismo passou a ser tão importante nos últimos séculos, pesquisadores do mundo todo e das mais diversas áreas passaram a estudar formalmente e profundamente o tema nas últimas décadas. De acordo com Ruiz (2019), pesquisadores da escola econômica ou clássica veem os empreendedores como alguém que identifica oportunidades, inova, agrupa, cria negócios e também aceita certo nível de risco em troca, seja de conquistas pessoais, seja de retorno financeiro. Pode-se dizer, então, que empreendedor é aquele que desenvolve a arte de empreender, de mudar, de conquistar, de colocar em prática realidades que para outros, não seriam possíveis.

No Brasil, na concepção de Halicki (2018), o empreendedorismo está começando a se destacar mais, passando a receber melhor atenção, tanto no setor público quanto no privado. Realidade que começou a mudar na década de 1990, quando o empreendedorismo ganhou forças e se popularizou, a partir de instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-SEBRAE e Sociedade Brasileiro para Exportação de Software-SOFTEZ. E em 2015, no Brasil, segundo Ruiz (2019), chegava a 35% o percentual de pessoas envolvidas em algum tipo de atividade empreendedora - mais de 40 milhões de empreendedores.

O avanço do empreendedorismo, impulsionou o empreendedorismo feminino, sendo considerado um importante vetor para o desenvolvimento econômico e social. Mariano, Pereira e Santos (2022), afirmam que com a chegada da Pandemia do COVID-19, muitas das mulheres, para se manterem e a suas famílias, durante o caos da crise, partiram para empreender, como uma alternativa de driblar o desemprego e a falta de oportunidades.

Porém, muitas dessas mulheres perceberam que empreender não é uma tarefa fácil. Além de não encontrarem acesso à investimentos, muitas delas ainda enfrentam preconceitos e pouco acesso à informação. Mesmo assim, buscam nos mais diversificados segmentos da economia encontrar alternativas que lhes satisfaça, seja pelo desejo pessoal de autonomia financeira, seja pela busca de renda extra para manter o sustento da família. A opção pela atividade de confeitaria, é uma das alternativas para que muitas mulheres empreendam.

No Brasil, a tradição da confeitaria veio da doçaria portuguesa, a qual se mostrou importantes na configuração dos hábitos alimentares, das próprias guloseimas, assim como das confeitarias. Isto devido à diversidade cultural brasileira, associados a novos sabores, que se misturaram com frutas dos índios e com os quitutes dos negros.

Neste mesmo cenário, de acordo com Karls (2019), a partir do século XIX, com a ampliação da cidade do Rio de Janeiro e o trânsito estrangeiro cada vez mais perceptível, a

influência francesa na confeitaria brasileira se tornou mais nítida através dos doces mais requintados dos confeitores franceses, que começaram a ser considerados sofisticados na Corte e em Recife. Com isso, as confeitarias ampliavam a sua participação no comércio de gêneros alimentícios e diversificavam a sua atuação.

Para o SEBRAE (2022), a confeitaria é um setor que tem despertado o interesse de muitas mulheres empreendedoras, especialmente por ser uma atividade que permite a expressão da criatividade, além de oferecer a possibilidade de trabalhar com flexibilidade de horários. Além disso, o mercado de doces e sobremesas tem apresentado um crescimento significativo, o que tem incentivado o surgimento de novos empreendimentos no ramo. O segmento de confeitaria de micro e pequeno porte é formado por maioria de mulheres, que abandonaram a profissão anterior ou mesmo para aquelas que não chegaram a ter outras profissões.

A partir desse contexto, considerando ser a confeitaria um ramo que pode atender a necessidade de atuação profissional de distintos perfis socioeconômico de mulheres, esta pesquisa teve interesse em saber: **que fatores impulsionam mulheres do Município de Benjamin Constant a empreender no ramo da confeitaria?**

Diante dessa problemática, o estudo teve por objetivo geral, analisar que fatores impulsionaram mulheres a empreenderem no ramo da confeitaria em Benjamin Constant. Para atingir esse objetivo, foram estabelecidos os objetivos específicos: a) contextualizar o empreendedorismo feminino com foco para a confeitaria; b) identificar mulheres confeitadeiras em Benjamin Constant, bem como o perfil socioeconômico; c) descrever os fatores que impulsionam essas mulheres a empreenderem no ramo de confeitaria; d) discutir a atuação das mulheres no ramo da confeitaria, relacionando no âmbito do empreendedorismo em Benjamin Constant.

Acredita-se que este estudo possa contribuir para o entendimento dos fatores que influenciam o empreendedorismo feminino na área da confeitaria em um contexto regional específico, além de destacar a importância da presença das mulheres no mercado empreendedor e a necessidade de políticas públicas voltadas para a promoção da igualdade de gênero no âmbito do empreendedorismo, justificando, dessa forma, o porquê da escolha da temática.

O trabalho está organizado em três seções, além desta introdução, das considerações finais, referência e apêndices. A primeira seção versa sobre a fundamentação teórica. A seção dois apresenta os procedimentos metodológicos, sendo a pesquisa de abordagem qualitativa, descritiva, realizada com confeitadeiras em Benjamin Constant. A seção três apresenta e discute os resultados coletados em campo, por meio de entrevista semiestruturada.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Essa pesquisa em sua fundamentação teórica abordará assuntos tais como empreendedorismo e seu contexto histórico, empreendedorismo feminino no ramo da confeitaria, mercado de trabalho feminino, e confeitaria no município de Benjamin Constant.

1.1 Empreendedorismo: contexto histórico e conceito

O termo empreendedorismo está relacionado ao indivíduo detectar oportunidades, buscar aprimoramento, administração e coordenação de uma situação ou um negócio. No Brasil este termo foi difundido na década de 1990 com o objetivo de criar pequenos negócios mais duradouros, numa tentativa de diminuição das taxas de mortalidade no ambiente de trabalho. (CINEGLAGLIA, 2021).

O empreendedorismo passou a ser tão importante nos últimos séculos que pesquisadores do mundo todo e das mais diversas áreas passaram a estudar formalmente e profundamente o tema nas últimas décadas, como afirma Ruiz (2019):

[...] os pesquisadores da escola econômica ou clássica veem os empreendedores como alguém que identifica oportunidades, inova, agrupa, cria negócios ou organizações e aceita certo nível de risco em troca de conquistas e retornos pessoais e financeiros. [...] (RUIZ, 2019, p.8).

Ruiz, considera, ainda, que esse número equivale a mais de 40 milhões de empreendedores no Brasil Podemos dizer que o empreendedor é aquele que desenvolve a arte de empreender, de mudar, conquistar e, portanto, colocar em prática aquilo que você na realidade sempre foi e será. Nisso, de acordo com Halicki (2018), tem-se que:

O empreendedor é a pessoa que faz algo diferente, que inova que é criativo[...] está sempre buscando melhorar tudo à sua volta. [...] No Brasil o empreendedorismo está começando a se destacar, passando a receber a melhor atenção, tanto no setor público quanto nas empresas privadas. Foi na década de 1990 que o empreendedorismo ganhou forças e se popularizou, quando foram criadas as instituições como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEZ (Sociedade Brasileiro para Exportação de Software). (HALICKI, 2018, p. 32).

O desenvolvimento econômico, decorrente da interação entre empreendedorismo e inovação, é diretamente influenciado pela dimensão cultural local. Entender a cultura de um

país, uma região, de uma empresa ou de uma pessoa permite identificar suas características, uma vez que, de acordo com Farah, Cavalcanti e Marcondes (2020):

Essas informações vão mostrar as facilidades e as dificuldades de se identificar as oportunidades necessárias para o desenvolvimento do empreendedorismo pelos indivíduos que fazem parte do sistema analisado. A descoberta e a exploração da oportunidade é considerada uma função do empreendedorismo, a oportunidade captura a essência empresarial. (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2020, p. 6).

O papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade e, diante das transformações ocorridas no mundo a partir do século XX, os empreendedores estão revolucionando o mundo. Cavalcanti e Marcondes (2020), afirmam que o empreendedorismo é um tema frequentemente abordado em pesquisas na Europa e na América do Norte, isto porque:

Na América Latina, o tema começa a ter relevância no meio acadêmico, e diversos estudos começam a apresentar características peculiares da região. É comum nos resultados de diferentes pesquisas, identificar uma relação entre o termo empreendedorismo e a criação de oportunidade de emprego, o incentivo ao processo de inovação, o crescimento econômico, a geração de riqueza e a Criação de valor. Essas relação pode ser observada no âmbito de uma empresa, em setores da economia em uma região e até mesmo em um país. (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2020, p.4-5).

Definir o empreendedorismo não é fácil, diversas correntes de pensamentos apresentaram suas definições conforme suas diretrizes e levam em conta diversos fatores, do individual ao empresarial, e níveis ambiental. Criar um novo empreendimento, não necessariamente se está dizendo criar uma nova empresa, pode também está relacionado ao desenvolvimento de um novo processo ou produto dentro de uma empresa já estabelecida, isto porque, na perspectiva de Farah, Cavalcanti e Marcondes (2020):

O empreendedorismo sempre está em contínua evolução, adaptando-se às novas oportunidades que o mercado oferece. Atualmente com avanço da tecnologia e a abertura do mercado internacional, entramos na era do empreendedorismo global, na qual um empreendedor tem acesso a diferentes mercados, a capital internacional e à possibilidade de angariar investimento em diferentes partes do mundo e oferecer ou implementar seu empreendimento fora do seu local de origem (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2020, p. 5).

Independentemente do tipo de empreendedorismo, o principal fator que o caracteriza é a inovação em seu sentido mais amplo, isto é, qualquer mudança estratégica em uma empresa ou na introdução de um produto novo em determinado mercado. É importante, porém não

confundir inovação com invenção inovação é função de empresários, e invenção é função de inventor (BITTAR *et al.*, 2014 apud FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2020).

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em um conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidade. O empreendedorismo refere-se, então, às atividades de quem se dedica e gera riquezas nas mais diversas áreas como, produção, marketing, organização etc (DOLABELA, 2008).

O empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar qualquer projeto pessoal ou organizacional em desafio permanente às oportunidades e riscos. Trata-se, pois, de assumir um comportamento proativo diante de questões que devem ser solucionadas e desperta no indivíduo a capacidade de aproveitamento de suas potencialidades, na mesma medida em que leva a um processo de aprendizado contínuo, em atitude de abertura para novas experiências (HALICK, 2018).

Esse mesmo autor, considera que o empreendedorismo se caracteriza pela busca de inovação enquanto diferencial competitivo, a partir da identificação de oportunidades de negócio, bem como pela gestão de processos capazes de utilizar recursos visando resultados positivos. Sendo assim, é conveniente traçar um perfil empreendedor nesse cenário de mercado atual, visto que:

O empreendedorismo é hoje um fenômeno global, relacionado ao crescimento e desenvolvimento econômico de todas as regiões. Os resultados desse processo manifestam-se pela inovação nos mais diversos setores socioeconômicos, pelo desenvolvimento tecnológico e na geração de empregos, riquezas e valor. O empreendedorismo proporciona um quadro semiótico para interpretar eventos econômicos ao mesmo tempo que ajuda a construir esses eventos e os seus contextos econômicos (HALICK, 2018, p. 57).

A necessidade deste imaginário, tanto mais forte quanto mais natural e remoto, não é nenhuma novidade se tivermos em consideração que todos os regimes econômicos dependem de dispositivos de legitimação moral que deem sentido às transformações em curso. Com efeito, o consentimento das pessoas a um dado sistema produz-se através da adesão a essas narrativas e à cultura que elas produzem (CAMPOS; SOEIRO, 2016). Nesse contexto Ésther, (2019) considera que um dos campos em que o trabalho de construção de um sentido global para as transformações em curso, foi precisamente o da gestão, a qual foi transformada em narrativa oficial do novo capitalismo. Foi justamente a partir deste campo que o empreendedorismo se disseminou como ideologia, o que também é discutido por Pastro e Busanello (2014), ao afirmarem que:

O empreendedorismo foi reconhecido como um constituinte basilar para a viabilização e condução de empreendimentos e, em última instância, do processo de manutenção, desenvolvimento e ampliação do sistema capitalista, inerente ao surgimento da economia de mercado, das transformações sociais e comportamentais daí resultantes, bem como da aceitação do lucro como a origem do mercado de trabalho. O impacto de novos conceitos de negócios valoriza ainda mais o empreendedorismo, na medida em que é difícil, perante este contexto, manter a independência política e económica, bem como não investir intensamente em iniciativas centradas na inovação, para fins exclusivos de enfrentar as constantes transformações que dizem respeito ao cenário mundial dos negócios (PASTRO; BUSANELLO, 2014).

Embora os conceitos de iniciativa e empreendedorismo sejam definidos de maneiras diferentes, é possível referir que empreendedor é aquele que toma a iniciativa de responder a uma necessidade. O empreendedor cria uma saída assumindo riscos ou iniciativas. Assim, é possível dizer que a história do empreendedorismo é tão antiga como a história da humanidade (CORBETT; NECK; DETIENNE, 2007).

O empreendedor depende da ajuda externa para criar oportunidades favoráveis ao desenvolvimento do empreendedorismo. Nesse contexto, as políticas públicas transformam-se em importante ferramenta, principalmente considerando as pequenas e médias empresas, que, por suas características estruturais, tem dificuldades de empreender (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2020, p. 6).

Com isso, tem-se que o ato de empreender teve sua origem com o próprio homem, pois é inerente à natureza humana, uma vez que procura moldar a natureza às suas necessidades. E quanto ao empreendedorismo feminino, este teve o primeiro impulso recebido pelos Estados Unidos nos anos de 1980. A partir de então, o desenvolvimento do empreendedorismo feminino passou por duas gerações, a primeira geração de empreendedoras era constituída por mulheres com um tipo de formação liberal influenciada pela área artística, sem base em finanças, marketing e operações e pouca experiência em negócio empresarial (MACHADO, 2012 *apud* MARIANO; PERREIRA; SANTOS, 2022).

Nesses aspectos gerais do empreendedorismo, tanto homens como mulheres se deparam com a possibilidade de empreender, cada um se enquadrando ao tipo de empreendedorismo ao qual corresponde o seu perfil empreendedor.

1.2 Tipos de Empreendedorismo

Identificar alguém na condição de empreender ou com perfil de empreendedorismo não é simples, direta e objetiva. Primeiramente porque a própria definição de empreendedor já tem certa subjetividade. Além disso, e o mais importante, são diversas as variáveis que influenciam a atitude empreendedora de alguém.

Tais elementos de influência são observados nas oportunidades que surgem, no momento de vida. Diante das dificuldades em conseguir um emprego e serem inseridas no mercado, as pessoas tem procurado no empreendedorismo a solução para suas dificuldades financeiras e descobrem uma habilidade para negócios até então desconhecida (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019, p. 2).

O empreendedorismo é fundamental para a economia de um país. A criação ou desenvolvimento de novas organizações gera mais empregos, aumento da renda e um crescimento na economia de um país (CARVALHO, 2013). A economia brasileira, por exemplo, é formada por uma série crescente de empreendedores dos mais diversos setores que aquecem o comércio, de forma a contribuir para aumento do PIB (Produto Interno Bruto) do país, alguns empreendimentos formais e outros informais (JESUS, 2019).

Um empreendedor é capaz de conceder a algo já existente uma nova funcionalidade. Constantemente empenha-se em descobrir oportunidades para inovar, sem medo de assumir riscos. O empreendedor é o diferencial para permanecer no mercado competitivo. Muitos dos negócios de sucesso surgem em períodos de crise, onde indivíduos empreendedores, que não se acomodam ou se conformam com a situação, buscam fazer algo diferente para melhorar a sua situação e acabam alcançando o sucesso (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019).

Algumas características são essenciais no comportamento do empreendedor, pois são necessárias para se assumir um empreendimento. Essas características são: buscar oportunidades e tomar a iniciativa, correr riscos calculados, exigir qualidade e eficiência, ser persistente, ser comprometido, buscar informações, estabelecer metas, ter planejamento e monitoramento sistemático, ter persuasão e rede de contatos, ser independente e autoconfiante (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019, p. 7).

Dornelas (2005), enumera algumas características dos empreendedores bem-sucedidos, como: visionários, bons tomadores de decisões, dedicados, líderes, assumem riscos e desafios, bons exploradores das oportunidades, determinados e dinâmicos, criam boas relações, criam valores para a sociedade e são bons planejadores. Isso os leva a construir uma boa rede de contatos com clientes, fornecedores e entidades de classe, gerarem oportunidades de emprego,

a serem criativos e inovadores na busca por novas soluções para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

E quanto aos tipos de empreendedorismo, segundo Dornelas (2008), estes passam pelos motivos que os levam a empreender, até ao conjunto de competências e as técnicas de trabalho. O autor assim os define:

- a) O Empreendedor Nato (Mitológico): geralmente são os mais conhecidos e aclamados, começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas, são visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos;
- b) O Empreendedor que Aprende (Inesperado): é normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio;
- c) O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios): é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação;
- d) O “Normal” (Planejado): o empreendedor que faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado; e
- e) O Empreendedor por Necessidade: o empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não têm acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido.

Portanto, de acordo com os tipos de empreendedorismo definidos por Dornelas, não existe um único tipo de empreendedor, podendo um desses perfis ser identificados em qualquer pessoa, e esta pode tornar uma empreendedora, especialmente diante de crises econômico-financeiras. Diante das dificuldades em conseguir um emprego e serem inseridas no mercado, as pessoas têm procurado no empreendedorismo a solução para suas dificuldades financeiras e descobrem uma habilidade para negócios até então desconhecida. Estes se enquadram no empreendedorismo por necessidade.

Os empreendedores por oportunidade são aqueles que possuem alternativas e formas de se manterem financeiramente, que provavelmente já possuem empregos e decidem empreender

como uma forma de gerar renda extra e possibilitar uma independência financeira maior. (SOUZA; SILVA, 2021). Neste caso especificamente, de acordo com esses autores, seus empreendimentos são investimentos que darão um retorno a longo prazo. Já nos empreendedores por necessidade há uma carência de opções, a necessidade vem do desespero e principalmente do desemprego, seus negócios e investimentos precisam dar resultados imediatos para que se possa sustentar a si e sua família.

Para as mulheres empreendedoras não é diferente, elas elevam a porcentagem de empreendedoras por necessidade. Trazendo para o cenário atual, com a pandemia do COVID-19 a porcentagem de mulheres que foram demitidas é alta, na mesma medida que os empreendedorismos femininos foram crescendo pela necessidade exigida (SOUZA; SILVA, 2021).

Souza e Silva (2021) abordam, ainda, que existem grandes desafios que fazem com que a necessidade seja maior do que paixão de empreender, quando se trata mais especificamente das mulheres, por exemplo, quando se depara na busca pela oportunidade de crédito e investimentos para o capital inicial é mais dificultada até mesmo pelos próprios bancos; a forma com que essas mulheres são inseridas no mercado e como são desvalorizadas ao anunciarem seus negócios (SOUZA; SILVA, 2021).

Outro desafio é a jornada dupla e a falta de flexibilização de horário em razão desta busca pelo equilíbrio de ser dona de casa, mãe em tempo integral e liderar um negócio próprio. Com a intenção de crescer o número de empreendedoras pela oportunidade faz-se necessário maior acesso a capacitações, programas que estimulem o aprendizado e desenvolvimento efetivo das mulheres, para que assim possa ser possível se deparar com mais mulheres ocupando posições verdadeiramente de sucesso e negócios bem geridos e sucedidos. (FONTES, 2021 apud SOUZA; SILVA, 2021).

O Brasil é um país de empreendedores. Muitos brasileiros têm ideias de novos negócios e as concretizam sob a forma de micro e pequenas empresas. A capilaridade dos pequenos negócios e a necessidade de gerar mais dinâmica à economia faz com que eles estejam presentes desde os pequenos municípios até os diversos bairros das grandes metrópoles. O que permite uma enorme abrangência para o segmento, sendo sempre, também uma oportunidade para mulheres.

As pequenas e microempresas possuem características próprias, no que se refere à gestão e competitividade no mercado. Geralmente, constituem uma alternativa de ocupação para uma pequena parcela da população que tem condição de desenvolver o próprio negócio e

em uma alternativa de emprego formal ou informal para uma grande parcela da força de trabalho que não encontra empregos nas empresas de maior porte (JESUS, 2019, p. 68).

No Brasil a formalidade é representada por empreendimentos que devem pagar seus impostos e tributos regulamente e principalmente adquirirem suas marcas registradas legalmente com as autoridades. Enquanto a informalidade ou economia informal envolve as atividades que estão à margem da formalidade, sem firma registrada, sem empregos registrados, sem emitir notas fiscais e sem contribuir com os impostos ao governo. Na economia não há como falar do setor informal sem falar também do formal. O setor formal deve existir de maneira legalizada, seguindo toda a burocracia, impostos, tributos e políticas do Governo. Enquanto o informal funciona geralmente ilegalmente, como aqueles que comercializam produtos “piratas”. Ambos os setores, de modo geral, são muito importantes, pois representam boa parte do rendimento e produção da economia do país como um todo tanto de forma direta como indireta (JESUS, 2019, p. 70-72).

Segundo o Programa Regional de Emprego para a América Latina e Caribe (PREALC) da OIT, o setor informal é composto por pequenas atividades urbanas, geradoras de renda, que se desenvolvem fora do âmbito normativo oficial, em mercados desregulamentados e competitivos, em que é difícil distinguir a diferença entre capital e trabalho (JESUS, 2019, p. 72).

Essas atividades se utilizam de pouco capital, técnicas rudimentares e mão de obra pouco qualificada, que proporcionam emprego instável de reduzida produtividade e baixa renda. Complementa a caracterização do setor pela falta de acesso aos financiamentos e créditos normalmente disponíveis ao setor formal e pela baixa capacidade de acumulação de capital e riqueza (JESUS, 2019, p. 72).

1.3 Mercado de Trabalho e empreendedorismo feminino

Ao longo da história as mulheres assumiram como papel “natural” a provisão de cuidados da família, enquanto os homens o sustento financeiro. Isso contribuiu com a crença social de que a família é responsabilidade da mulher e o trabalho, por seu turno, do homem. Tal fato perpetuou, culturalmente, a dicotomia entre a vida pública e privada entre os sexos, pois para cada parte estaria reservado o seu espaço. A vida pública para os homens, e a vida doméstica para as mulheres, os contornos que definem essa dicotomia entre cuidadores e provedores são variados, porém frágeis, como o curso da história tem mostrado. Muitas das explicações se amparam na capacidade biológica da mulher de ser a genitora (PASSOS; GUEDES, 2018).

As Figuras 1 representa a inserção da mulher no mercado de trabalho e a luta que elas enfrentam, para firmar-se profissionalmente e garantir a consolidação de seus direitos primordiais no mercado de trabalho.

Figura 1 – Mulheres no mercado de trabalho



Fonte: Leal (2016); Caldas (2020).

As mulheres cada vez mais vêm lutando por espaço no mercado de trabalho, e aos poucos vem conquistando seu devido espaço, assim como suas realizações pessoais. Devido a essas atribuições sociais, a trajetória das mulheres é marcada por pressões e opressões dentro e fora dos seus lares. A vivência cotidiana no cuidado da família foi acompanhada da ausência de atuação no mundo produtivo, constituindo um modelo no qual era negado indiretamente às mulheres a existência fora do lar. Assim, com base nos papéis socialmente instituídos, delinear-se funções assimétricas entre os sexos, consagrando uma divisão sexual do trabalho que pode ser considerada desigual e desfavorável para as mulheres (PASSOS; GUEDES, 2018).

Nesse sentido, de acordo com Barros e Mourão (2019):

A figura de uma mulher ligada exclusivamente ao lar, aos cuidados com os filhos, familiares e assuntos domésticos já não corresponde à sua imagem no século XXI. Elas estão cada vez mais atuantes nos espaços até então ocupados pelos homens. É inegável o avanço social nas questões de gênero, mas ainda existem diferenças entre homens e mulheres que merecem atenção. Iniquidades são perceptíveis ao analisarmos a distribuição de homens e mulheres por área de atuação, ao compararmos os salários médios para cada classe predominantemente feminina ou masculina ou, ainda, ao compararmos o quantitativo de horas que cada um se dedica às atividades domésticas e familiares não remuneradas (BARROS; MOURÃO, 2019, p.3).

O modelo tradicional é marcado pela complementariedade de papéis pelos sexos, pois reserva as responsabilidades familiares e domésticas para as mulheres e a provisão financeira da família para os homens. Gênero pode ser entendido como uma organização social construída sobre a percepção das diferenças sexuais imbricadas nas relações desiguais de poder, de tal sorte que, quando se discute essa questão, pretende-se debater e transformar a construção social e cultural das relações, no sentido de pluralizá-las e democratizá-las, eliminando diferenças baseadas em dicotomias e hierarquias estereotipadas. Com isso, Passos e Guedes, consideram que:

A maior participação das mulheres no mundo do trabalho parece não ter conseguido reverter relações assimétricas de gênero, prevalecendo desigualdades salariais entre homens e mulheres. Além das desigualdades de rendimentos, as mulheres enfrentam barreiras para ascensão profissional, em especial as mulheres mais escolarizadas. Esses obstáculos que elas encontram na sua trajetória laboral configura um fenômeno conhecido na literatura como “teto de vidro”, uma barreira invisível que dificultaria a ascensão das mulheres no mercado de trabalho, restringido as chances de alcançarem melhores postos e rendimentos laborais (PASSOS; GUEDES, 2018, p. 10).

Essas concepções culturais criaram no imaginário social a ideia de que o cuidado não era trabalho, tendo em vista que o trabalho era entendido como uma atividade profissional remunerada e restrita ao âmbito público. As novas demandas que acompanham a entrada das mulheres no mercado de trabalho colocam em relevo a importância de políticas públicas para as atividades de reprodução social que estiveram a cargo exclusivo das mulheres ao longo da história (PASSOS; GUEDES, 2018, p. 15).

Essas mudanças, para Barros e Mourão (2019), exerceram influência no ensino superior:

[...] na proporção de homens e mulheres modifica o perfil de gênero no Ensino Superior existente nas décadas passadas. É importante considerar que essas mudanças trazem benefícios também para as nações, pois conforme destaca o Banco Mundial, países que reduzem as desigualdades de gênero, especialmente no ensino superior e na participação econômica, tendem a ter vantagens sobre aqueles que adiam essas políticas. Quando as mulheres passaram a frequentar escolas formais, esse processo não foi linear. Por um lado, as meninas das camadas sociais desfavorecidas tiveram sua inserção nas escolas dificultada, já precisavam se envolver com as tarefas domésticas, com o trabalho agrícola e com os cuidados de demais membros da família (BARROS; MOURÃO, 2019, p. 3-4).

A implementação de políticas que facilitem a conciliação da vida profissional, pessoal e familiar apresenta-se, então, como potencial desafio para a sociedade brasileira, tanto para promoção da igualdade nas relações de gênero quanto em termos de coesão social.

Certamente, o estabelecimento de um novo pacto social fincado na corresponsabilidade pela reprodução social e econômica da nação terá importantes efeitos para a sociedade como um todo, em especial para as mulheres, possibilitando uma reparação por toda a invisibilidade e responsabilidades por elas assumidas ao longo da história (PASSOS; GUEDES, 2018, p. 25).

A sub-representatividade feminina, principalmente em áreas de grande prestígio, não pode ser considerada uma seleção natural que ocorre entre homens e mulheres. Nesse sentido, para Barros e Mourão (2019), é preciso que haja políticas direcionadas para a eliminação da divisão estereotipada de trabalhos femininos ou masculinos, uma vez que o Estado exerce papel fundamental na regulação social. Nisso, os autores observam que:

A mulher tem cobrado cada vez mais a participação de seu companheiro nos cuidados com a casa e, especialmente, com os filhos. Entretanto, a quantidade de horas que elas se dedicam às atividades domésticas ainda é muito superior à masculina, mesmo quando ambos trabalham. No contexto mundial, em quase todos os países, independentemente da renda, as mulheres têm maior probabilidade de ocupar empregos de baixa produtividade ou informais, devido à desproporção na divisão das tarefas não remuneradas. As desproporções são mais ou menos acentuadas de acordo com os países, mas em todos eles o tempo investido pelas mulheres nas tarefas não remuneradas é superior ao tempo dos homens (BARROS; MOURÃO, 2019, p.7).

A mulher acaba por se envolver com questões empreendedoras por diversos motivos, sendo eles: necessidade, sonho, busca de novas experiências, entre tantos outros. Sendo que o empreendedorismo não vem acompanhado somente de necessidades e desejos, mas também de diversos fatores que englobam as necessidades da mulher empreendedora e podem vir a trazer obstáculos para ela, que trata de um conjunto de atividades econômicas que exige do empreendedor a autogestão, focando na diminuição da desigualdade financeira e exploração do trabalho de seus colaboradores, é um dos caminhos que leva a mulher a se envolver com o empreendedorismo (CINEGLAGLIA, 2021, p. 61).

O movimento empreendedorista é um crescente, diante da situação de precarização do trabalho e do aumento do desemprego, muitas pessoas acabam decidindo empreender como forma de aumentar a renda, ou mesmo como renda principal, e entre as mulheres não é diferente. Isto porque desde a Revolução Industrial, durante o século XVIII, a partir da qual surgiu um novo contexto econômico com o crescimento das fábricas e a necessidade de mais mão de obra, o trabalho feminino foi necessário, mas desvalorizado desde àquela época, recebendo salários menores do que os dos homens (CINEGLAGLIA, 2021, p. 70).

Cineglaglia (2021) considera, ainda, que antes da Revolução Industrial citada, as atividades da mulher no mercado de trabalho estavam limitadas às funções domésticas e os

homens eram tidos como os provedores principais. Porém, a participação feminina na economia vem aumentando significativamente, e sua participação passa a ser uma participação empreendedora, cuja ação não necessariamente vincula-se a uma atividade profissional formalizada e até mesmo com pouca ou nenhuma orientação de gestão. E empreendendo que a mulher encontra espaço e força na sociedade, se empodera e produz mais destaque diante de lutas feministas, principalmente diante do cenário do mercado de trabalho, onde ainda se vê homens ganhando mais que mulheres em mesmas funções desempenhadas.

Cineglaglia (2021), em 2018, as mulheres representavam 45,3% da força de trabalho, ganhavam 79.5% do total do salário pago ao homem e tinham uma jornada semanal de trabalho menor em 4,8 horas, sem considerar o tempo dedicado a afazeres domésticos e cuidados de pessoas. A pesquisa mostra de forma significativa o crescimento da participação ativa das mulheres como arrimo de família, e que no passado já havia um número significativo de mulheres abandonadas por seus maridos que cuidavam sozinhas dos filhos. (OLIVEIRA, 2019 apud CINEGLAGLIA, 2021).

Dados atuais indicam que a inserção feminina no mercado empreendedor está crescendo cada vez mais, embora essa área ainda seja dominada hegemonicamente pelo público masculino. No entanto as mulheres vêm a cada dia conquistando mais espaço no mundo dos negócios, isto porque: (MARIANO; PEREEIRA; SANTOS, 2022, p. 5).

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque no Brasil e no mundo, sendo considerado um importante vetor para o desenvolvimento econômico e social. Muitas das mulheres que conseguiram se manter durante a crise perceberam que, em meio ao caos da Pandemia do COVID-19, a necessidade de empreender para gerar renda extra ou até mesmo para fazer dela sua única fonte de ganhos aumentou, sendo também uma alternativa para driblar o desemprego e a falta de oportunidade. Porém, muitas dessas mulheres perceberam que empreender não é uma tarefa fácil. Além de não encontrarem acesso à investimentos, muitas delas enfrentam preconceitos e pouco acesso à informação (MARIANO; PEREEIRA; SANTOS, 2022, p. 5).

A Figura 2 mostra mulheres pedindo melhores condições de vida e trabalho e a revolução feminina no mercado de trabalho, pois as mulheres se deparam muito com a diferença de gênero no mercado de trabalho. A luta pelos direitos e igualdades das mulheres, já vem acontecendo há muito tempo, e pouco conquistado, ainda é vivida uma cultura onde a repressão é muito grande pois a mulher é tido como uma pessoa frágil, com papel para cuidar somente de casa e seus filhos.

Figura 2 - Melhores condições de vida e trabalho para todas as mulheres



Fonte: Gov.br, (2023), Pantys, (2022).

Como consequência da entrada tardia da mulher no mercado de trabalho, apenas recentemente o empreendedorismo feminino se tornou objeto de estudos acadêmicos. Porém, o tema vem ganhando atenção à medida que a presença feminina na criação de negócios tem crescido cada vez mais rápido na sociedade contemporânea (ROCHA, 2018).

Para Cineglaglia (2021), as mulheres cada vez mais estão dominando o mercado de trabalho e dando voz às suas lutas, trazendo seus desejos e valores. E cada vez mais observa-se está crescente e mais igualdade para as mulheres neste cenário empreendedor. E como aliado da mulher empreendedora destaca-se o avanço da *internet* e suas tecnologias, o que auxilia a empreendedora a avançar em seus negócios constantemente de forma a atingir o público-alvo para além do local onde a mesma comercializa, além de mantê-la atualizada para as tendências do mercado. Nesse sentido, Rocha (2018) considera que:

Entre 2001 e 2011, o número de pessoas com o negócio próprio passou de 17,0 milhões para 19,7 milhões. O aumento neste tipo de ocupação foi de cerca de 2,7 milhões, sendo a taxa de crescimento neste período de 1,5% ao ano. Apesar de os homens serem a maioria nesta ocupação (68,8%), a taxa de crescimento feminina foi maior do que a dos homens nesse período. Tal taxa de crescimento entre as mulheres alcançou 2,0% ao ano em contraposição à 1,3% ao ano para os homens, ou seja, mais mulheres estão abrindo seu próprio negócio do que homens (SEBRAE, DIEESE; 2013 apud ROCHA, 2018, p. 11)

A partir dos dados a iniciativa de empreender tem crescido mais entre as mulheres atualmente, o que se evidencia pela taxa de empreendedores iniciais e a taxa de crescimento no gênero feminino ter ultrapassado a do gênero masculino nos períodos acima citado. Dessa forma, diante desse grande e rápido crescimento da iniciativa de empreender pelas mulheres no Brasil, torna-se necessário e de grande relevância estudos no campo do empreendedorismo feminino. A população feminina, principalmente até a década de 70 enfrentou diversos preconceitos e barreiras ao se tratar da participação no mercado de trabalho (ROCHA, 2018, p. 12-13).

A dificuldade em conciliar família e trabalho e o preconceito que desmerece as características predominantes femininas no mercado de trabalho, além de uma construção cultural que desfavorece sua autonomia, são exemplos de dificuldades encontradas pelas mulheres durante esse tempo (ROCHA, 2018).

Historicamente, na cultura ocidental, a imagem da mulher foi associada a fragilidade e a dependência do homem, seja do pai, marido, irmão, etc. Dessa forma, os construtos sociais, resultantes da vida em sociedade, deram origem a uma cultura machista e patrimonialista em que o papel da mulher na sociedade não incluía o trabalho fora de casa (ROCHA, 2018).

Nos dias atuais, o aumento de pesquisas onde tratam da inserção das mulheres em empreendimentos, que vem aumentando em quantidade, importância e área de atuação. A volumosa inserção das mulheres pode estar relacionada ao modelo de gestão delas. Elas possuem capacidade de persuadir o cliente, habilidades sociais bem desenvolvidas, sensibilidade e criatividade, organização, bem como habilidade gerencial de delegar atividades e papéis dentro da empresa (TEIXEIRA, 2021).

As definições de empreendedorismo valem para ambos os gêneros. Entretanto, o que se diferencia é o modo como o gênero feminino é disposto no mundo, na sociedade, e como os agentes sociais atuantes na construção desse gênero funcionam, pois a liderança das empresas por muito tempo foi vista como papel designado ao gênero masculino, como afirma Teixeira (2021), dizendo que:

Somente no século XX, entre o período de Guerras Mundiais, que as mulheres conseguiram espaço para adentrar aos meios empresariais que eram somente ocupados por homens. A crescente e contínua inserção das mulheres nos mercados de trabalhos ocupados maioritariamente por homens trazem mudanças nas relações de profissionais, no modo como se relacionam e afetam os clientes, mudanças nos métodos e modelos de vendas e mudanças também dos clientes pela empresa. Não há diferença entre ambos os gêneros quando se trata do impacto que o empreendimento gera economicamente, mas que há diferenças no tocante a relacionamento com clientes, com outros profissionais e com as empresas/empreendimentos e também na gestão/liderança desses

empreendimentos. As diferenças profissionais e de relação não ecoam nas questões financeiras/econômicas devido à grande participação dos homens nos empreendimentos, diferentemente do que ocorre com o gênero feminino. Ressalta (TEIXEIRA, 2021, p.6-7).

Muitas das mulheres que conseguiram se manter durante a crise perceberam que, em meio ao caos da Pandemia do COVID-19, a necessidade de empreender para gerar renda extra ou até mesmo para fazer dela sua única fonte de ganhos aumentou, sendo também uma alternativa para driblar o desemprego e a falta de oportunidade. Porém, muitas dessas mulheres perceberam que empreender não é uma tarefa fácil. Além de não encontrarem acesso à investimentos, muitas delas enfrentam preconceitos e pouco acesso à informação (MARIANO; PEREIRA; SANTOS, 2022).

No ano de 2019 existiam 24 milhões de mulheres empreendedoras no Brasil, segundo a pesquisa Empreendedorismo Feminino no Brasil, publicada em 2019 pelo Sebrae em parceria com o GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Mas, “para conquistar esse espaço, elas ainda têm que enfrentar muitos obstáculos, que vão desde a dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional até o preconceito de gênero” (MARIANO; PERREIRA; SANTOS, 2022, p. 10).

O perfil empreendedor não faz parte somente de pessoas que fundam empresas ou instituições, o mesmo pode ser identificado em pessoas que prestam serviços ou fabricam produtos para as empresas onde trabalham, com ações e/ou pensamento inovador, melhorando um serviço ou buscando solução para um problema, e até mesmo mobilizando equipes (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019, p. 7).

É relevante conhecer as características do empreendedor e saber que além do encontro da oportunidade com capacidade de realização, o grande desafio de controlar a ansiedade no desenvolvimento do negócio e a necessidade de um planejamento ainda que não se adote plano de negócios. Nos últimos anos, o segmento empreendedor tem avançado no Brasil e fora dele e, sintomaticamente, a presença do público feminino neste ambiente tem fortalecido o setor (OLIVEIRA; VALDISSER, 2019, p.11)

É notável a atual participação da mulher no mercado de trabalho. Com essa inserção a mulher ficou com certo refino em atividades que antes não detinha conhecimento, recursos financeiros ou pelas dificuldades de conciliar a atenção à família e a busca de sua autonomia financeira. A participação no mercado de trabalho tornou-se possível. Atualmente, com o ingresso da mulher no segmento empreendedor, a realidade se modificou. Tanto a mulher intensificou sua participação no mercado, como ela procurou diversificar a sua atuação (BRITO; GUIMARÃES, 2018, p. 3).

De acordo com Almeida *et al.* (2020 apud RODRIGUES, 2022) dentre os papéis concedido à mulher se destacar o de provedora financeira como dominante das configurações atuais. Segundo os autores, as mulheres não migram mais para o mercado de trabalho sem estabelecer metas e objetivos de carreira para o futuro, já que são responsáveis por si e por muitas vezes responsabilizam-se por toda uma família. Além disso traz indícios de como a confeitaria é capaz de ocupar um espaço na carreira das mulheres a ponto de se tornar a sua única fonte de renda. Nessa mesma linha, destaca-se o trabalho de que também ressalta aspectos da jornada empreendedora da mulher tendo como a confeitaria como sua principal provedora de recursos financeiros.

Com a interação entre domicílio e mercado, passou a assistir a um movimento de constantes alterações de valores, práticas e papéis desempenhados por homens e mulheres. De acordo com Barros e Mourão (2019), as mulheres somam mais de 40% da força ativa de trabalho em todo o mundo, sendo que no Brasil, já representam a metade da mão de obra remunerada; além disso, 40% das famílias brasileiras são chefiadas por mulheres, o que muda a forma como são feitos os gastos familiares, além de os salários médios para cada classe predominantemente feminina ou masculina ou, ainda, ao compararmos o quantitativo de horas que cada um se dedica às atividades domésticas e familiares não remuneradas.

1.4 Contexto histórico da Confeitaria

A palavra “confectum”, que vem do latim e dá origem a palavra confeitaria, “significa aquilo que é confeccionado com especialidade” (BRANDÃO; LIRA, 2011, p.105). A confeitaria surgiu há muitos anos, tendo relatos desde a pré-história com a produção de doces a base de mel e frutas na região da Mesopotâmia (4.000 a.C.) (PACHER, 2014 apud SENHOR; PACHER; CRUZ, 2016). Alguns exemplos desses registros são o “mutaku” (doce feito à base de mel, gergelim e desconfia-se que talvez um pouco de manteiga ou leite) e do Egito, e a criação de outro doce feito com discos de massa que assavam em pares, um em cima do outro (BRANDÃO; LIRA, 2011, p.105 apud SANTOS 2019, p. 1).

A Figura 3 representa os primeiros registros de panificação ao qual vem desde a idade média antes de cristo.

Figura 3 - Primeiras evidências de panificação viagem no tempo



Fonte: Dupan (2020).

Com o passar dos anos a gastronomia foi tendo muitas modificações e influências de outros países como França e Portugal. A primeira evidência da panificação (ramificação da gastronomia dedicada à parte de pães) surgiu antes de Cristo, com uma pasta feita a base de grãos e água que, quando levada ao forno, virava um pão chato. Mais tarde, descobriu-se que essa massa poderia passar por um processo de fermentação se exposta ao ambiente e, dessa forma, surgiu o pão levedado (BERGAMO, 2009 apud SENHOR; PACHER; CRUZ, 2016)

De acordo com Santos (2019), durante o período do Império Romano (27 a.C. – 476 d.C.), a confeitaria e a panificação sofreram grande ascensão e, conforme o império ia crescendo, os romanos descobriam cada vez mais ingredientes para usar em suas preparações, além de espalhar as bases da confeitaria por toda a Europa, que começou a preparar seus produtos com banha e manteiga, resultando em preparações mais ricas e crocantes.

A confeitaria francesa – referência até os dias atuais – foi aperfeiçoada pela chegada de Catarina de Médici (que se casou, em 1533, com Henrique II, futuro rei da França) e sua corte que trouxeram da Itália um grande desenvolvimento aos prazeres da mesa, além de novas técnicas ainda não utilizadas pelos franceses até aquele momento (SENDER; DERRIEN; 2003 CORÓ, 2011). Ela foi a responsável por prosperar a profissão de confeitoiro, uma vez que levou à França confeitoiros e cozinheiros que produziam gelados e p \hat{a} te à choux, além de contribuir para o aumento do consumo de am \hat{e} ndoas e a \acute{c} úcar (PACHER, 2014 apud SANTOS, 2019). A Figura 4 representa imagens de doces franceses na AFN (Alian \c a Francesa de Niter \acute{o} i).

Figura 4 – Imagens de doces franceses



Fonte: Maria Cristina (2018).

A cultura de confeitaria francesa teve sua grande influência na confeitaria Brasileira. A partir do século XIX com ampliação da cidade de Rio de Janeiro “[...] a influência francesa na confeitaria Brasileira se tornou mais nítida através dos doces mais requintados dos confeitadores franceses[...]”. (KARLS, 2019, p. 173). As confeitarias ampliavam a sua participação no comércio de gêneros alimentícios e diversificavam a sua atuação. Além de sua função principal de comercialização de alimentos como doces, sorvetes, bebidas entre outros, foram identificadas confeitarias que forneciam itens à população que não estavam diretamente relacionados aos gêneros alimentícios (KARLS, 2019, p. 179).

Resende e Melo 2016 explicitam, dessa forma, que apesar da presença feminina nas cozinhas profissionais, esse espaço de trabalho ainda é pautado em uma cultura machista que segrega o homem e a mulher (BOURDIEU, 2007 apud SANTOS, 2019). Para o SEBRAE (2022), a confeitaria é um setor que tem despertado o interesse de muitas mulheres empreendedoras, especialmente por ser uma atividade que permite a expressão da criatividade e oferece a possibilidade de trabalhar em casa e com flexibilidade de horários. Além disso, o mercado de doces e sobremesas tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, o que tem incentivado o surgimento de novos empreendimentos no ramo. O segmento de confeitaria para micro e pequeno porte é formado em sua maior parte por mulheres, que abandonaram a sua profissão anterior ou mesmo não chegaram a ter outras profissões.

Existe um dualismo entre a construção da figura feminina e da masculina que acaba por associar a mulher com a natureza e o homem com a cultura. A capacidade reprodutiva da mulher lhe conferiria, hipoteticamente, uma habilidade mais instintiva, inconsciente e cuidadosa de exercer seu papel, ao contrário do homem, que se alinharia a um lado muito mais racional e

consciente. Sendo assim, atividades exercidas por um homem, mesmo consideradas femininas, receberiam muito mais prestígio e valor quando exercidas pela figura masculina. A exemplificar, o ato de cozinhar (SANTOS, 2019, p. 13).

Observou-se a adesão do empreendedorismo por mulheres em situação de vulnerabilidade social e pertencentes a camadas menos favorecidas economicamente na sociedade. Dentre os resultados, os autores pontuam que as perspectivas de carreira para essas mulheres envolviam permanecer no ramo da confeitaria e expandir sua capacidade de produção para obter mais renda (RODRIGUES, 2022, p. 24).

A confeitaria foi uma das primeiras áreas a aceitar empregar mulheres dentro da cozinha profissional nos Estados Unidos, nos anos 1970, quando os restaurantes americanos começaram a produzir suas próprias sobremesas, muito em parte porque o trabalho em outras 21 áreas da cozinha era visto como mais difícil para as mulheres se comparado ao da confeitaria (BURROS, 1992, NY TIMES apud SANTOS, 2019, p. 20-21).

Mais especificamente, Oliveira *et al.* (2020, p. 7) afirmam que não se gasta só tempo para se dedicar exclusivamente a uma carreira de confeitaria, além das técnicas que tem um alto grau de dificuldade, os materiais são caros e perecíveis. Quanto às perspectivas futuras, menciona o interesse das confeitadeiras em aprenderem novas técnicas (Figura 5), oferecer cursos e conseguir investidores para expandir a capacidade de produção e os espaços de atendimento

Figuras 5 – Decoração de bolo de aniversário



Fonte: Freepik(2020); Unsplash (2022).

Para Santos (2019), a confeitaria foi uma das primeiras áreas a aceitar mulheres atuando, também pelo fato de a mulher ser mais delicada que o homem. Relatam a visão de alguns chefs em relação à diferença entre homens e mulheres na cozinha profissional, e é possível ver a sensibilidade sendo citada como motivo diversas vezes, além de concordarem com a ideia de

que a mulher tem que adotar um perfil mais masculino dentro da cozinha para um melhor rendimento quando assumindo a posição de chef. Além disso, o nível de delicadeza e a força física também são mencionados como diferentes dependendo do gênero, sendo a mulher mais delicada e mais fraca em relação ao homem. Santos, afirma, ainda, que:

A feminilidade relaciona-se ao trabalho leve, que exige paciência e minúcia e, por isso, é interessante observar a ligação entre a figura feminina e a confeitaria, demandam um tipo de trabalho associado às características naturais das mulheres, como a delicadeza, a paciência, o cuidado e a atenção aos detalhes. A partir dessa concepção, é possível observar também outro aspecto da divisão sexual de praças dentro da cozinha: o homem, definido pelo pensamento patriarcal como um ser “agressivo, racional, forte, ativo, seguro, objetivo, não se encaixaria na profissão de confeiteiro, porque está exigiria um lado mais sentimental e sensível do trabalhador. Essa percepção da confeitaria como algo mais feminino, como um espaço da mulher, é sentida até os dias atuais, e muitas mulheres que vivem ou já vivenciariam a realidade do trabalho dentro da cozinha profissional relatam suas experiências com o contato com a realidade que reflete essa concepção machista (SANTOS, 2019, p 22).

Com isso, cabe acrescentar que empreender no ramo da confeitaria envolve a assunção de riscos, assim como empreender em qualquer outra profissão. Entretanto, os trechos apresentados denotam as especificidades da confeitaria voltada para o conhecimento técnico e equipamentos, que condicionam um bom desempenho na profissão. Por isso, a carreira tendo a confeitaria como uma única fonte de renda demanda empenho para ter reconhecimento, investimento por parte das empreendedoras e organização financeira para poupar lucros (RODRIGUES, 2022, p. 30).

1.5 Confeitaria no Brasil

Durante esse período colonial, o Brasil (colônia de Portugal), produzia principalmente açúcar para a metrópole, uma vez que a alta desse produto no mercado era altamente rentável, mediante o seu uso na gastronomia francesa e sua valorização no contexto mercadológico europeu; ao plantio de açúcar no Brasil, à vida no engenho e à alta representatividade da elite açucareira no contexto social da época, bem como as influências culturais dos povos que compunham o Brasil colonial, foi fundamental para o desenvolvimento da confeitaria brasileira, dando origem a diversos produtos derivados do açúcar (MATOS; MARQUES, 2019 p. 2)

Esse panorama perpetua-se até a modernidade, onde pratos doces e subprodutos de açúcar, que compõem a confeitaria brasileira, mais especificamente: a nordestina, são julgados, por vezes, como preparações de qualidade inferior ou menos complexos do que os utilizados

pelas casas que optam por atuar dentro dos parâmetros da alta confeitaria francesa, fazendo com que receitas típicas da confeitaria brasileira sejam deixadas de lado e por vezes esquecidas (MULLER, 2011 apud MATOS; MARQUES, 2019, p. 2).

Bezerra (2022), compartilha do pensamento de que compreende-se a tradição boleira e doceira de Portugal foi entrelaçada de forma imediata e profundamente à culinária do Brasil, porém utilizando os insumos locais em substituição e união aos elementos aos recursos trazidos da Europa, como a farinha de trigo, ovos e especiarias. A Figura 6 representam mulher decorando o bolo com nozes.

Figura 6 – Confeiteira decorando o bolo com nozes



Fonte: Freepik.com (2020).

Entretanto, a influência da gastronomia francesa mundialmente culminou na marginalização dessas preparações e desses produtos locais, uma vez que a elite economia do país não valorizava as produções típicas e, além disso, difundia um estilo de vida inspirado nas tendências francesas, difundindo vestimentas, alimentos e, até mesmo, comportamentos comuns a elite francesa da época, afastando ainda mais a confeitaria que nascerá no Brasil do dia-a-dia do brasileiro (MATOS; MARQUES, 2019, p. 4-5).

A doçaria é uma parte da culinária que nasceu nas Casas Grandes, dos engenhos e das capelas imperiais, sem desprezar a composição de quitutes e doces, que valorizavam os sabores ameríndios e africanos, conseguindo unir grande, ecológica e teluricamente seus valores[...] Assim, a doçaria brasileira é uma forja da cana-de-açúcar, do massapê e da escravidão -

subtraindo um desses elementos, certamente a não teria alcançado o que hoje é a culinária brasileira (BEZERRA, 2022, p. 18-19).

Ademais, é sempre importante mencionar a dedicação das freiras que atuavam em isolamento nos conventos brasileiros, devotas que se entregavam de corpo e alma à arte da doçaria, transportando por suas mãos hábeis a herança da doçaria portuguesa ao nosso país (BEZERRA, 2022, p.19). A comercialização de doces nas ruas começou no Brasil em 1802, em Salvador, e, em 1809, no Recife. As negras quituteiras vendiam doces de infinitas qualidades, como cocadas, pamonhas, quindins, canjicas, papas de milho, pão-de-ló de arroz, e iguarias feitas com rapadura e gengibre, em seus tabuleiros decorados em formato de animais ou com flores (BEZERRA, 2022, p.23).

Vale ressaltar que a alimentação afro-brasileiros tem como centro a Bahia, local onde se desenvolveu a doçaria de rua como em nenhuma outra localidade brasileira, estabelecendo um conflito entre o doce de tabuleiro e de rua, e o doce feito em casa. Algumas mulheres negras eram tão boas fazendo seus doces que conseguiam juntar dinheiro com a venda deles (BEZERRA, 2022).

A variação de doces da culinária brasileira tem os doces portugueses, alfenins, filhoses, rabanadas, bolos e creme de ovos, foram adotados e adaptados à culinária brasileira. Além desses, o bolo de fubá, arroz-doce, mugunzá, cocadas, broas de fubá, cuscuz e quindins foram introduzidos pelas negras escravizadas na doçaria brasileira, com intenção de ganho financeiro ou para consumo de seus senhores. A abertura dos salões de chá e confeitarias forma um marco do setor gastronômico no século XIX, passando a ser novos pontos de encontro da burguesia e de políticos, onde o doce passa a ser símbolo de glamour. No Brasil, principalmente do nordeste, existem receitas da doçaria e confeitaria escolhidas para serem realizadas em determinadas ocasiões, tais como casamentos, batizados e aniversários, valorizando e incentivando o comércio dessas iguarias (BEZERRA, 2022, p.24- 25).

Segundo a Wise Guy Reports, o setor de confeitaria tem, cada dia mais, ganhado espaço e se tornado um segmento bastante lucrativo avaliado em 2,5 bilhões de dólares até 2025. Uma das tendências que mais vem crescendo, tanto nacional como internacionalmente, é a produção artesanal. Os clientes querem uma história por trás do que estão comendo e buscam uma conexão emocional com esse momento que tem se tornado cada vez mais valioso para eles (MARTINS, 2022, p.4).

Hoje, a oferta de produtos de confeitaria, é a mais variada, desde a produção caseira, vendida informalmente, até as produções sofisticadas encontradas em grandes lojas. Os dados do Sebrae indicam a existência ativa de 286.764 empresas de panificação e confeitaria em todo

país, estando 7.969 (ou seja, 2,78%) localizados no estado do Espírito Santo. Além disso, conforme informações da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria – ABIP, há 15 anos o mercado de panificação e confeitaria só tem saldos positivos e movimentação bilhões de reais. Somente em 2021, o mercado faturou R\$ 105,85 bilhões no Brasil, um crescimento de 15,3% em relação a 2020, diariamente 41 milhões de brasileiros entram em padarias todos os dias (SEBRAE, 2022)

Muitas confeitarias produzem itens práticos, de consumo rápido e que possa ser feito em qualquer lugar, principalmente em suas casas, não necessitando de um “lugar” apropriado. Os doceiros e as doceiras conseguem preservar as memórias e valores patrimoniais representados nas diversas maneiras de fazer doce, seja ele consumido nas confeitarias, ou em ambulantes de carrocinhas, em celebrações de casamento ou em aniversários. Os doces sempre terão destaque por representarem os valores consagrados da cultura. Desta forma, a produção no setor de confeitaria e doçaria é bem vasta diante de um amplo mercado consumidor dessas iguarias que integram ainda mais nossa profunda identidade culinária (BEZERRA, 2022, p.25-26). Tem para todos os gostos e bolsos, parte dessa produção caseira, acaba saindo da informalidade e se tornando uma empresa de fato.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta sessão apresenta os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa, sendo que a primeira parte apresenta o local e o objeto de estudo município de Benjamin Constant-Amazonas, e a segunda apresenta o delineamento dos procedimentos metodológicos, tais como abordagem, finalidades e procedimentos técnicos para a coleta de dados.

2.1 Descrição geral do local e área do estudo

A pesquisa foi realizada no município de Benjamin Constant, localizado no interior do Estado do Amazonas, na Microrregião Alto Solimões (Brasil), que faz fronteira com a cidade de Islândia pertencente à República do Peru. Está distante de Manaus 1.118 km em linha reta, sendo que a distância via transporte fluvial é de 1 638 km, subindo o rio Solimões e o rio Javari. A estimativa da população de Benjamin Constant é de 43.935 habitantes, em 2021 (IBGE, 2021)

Benjamin Constant é uma cidade de Estado do Amazonas. Os habitantes se chamam Benjamim-Constantenses. O município se estende por 8.705,4 km² e contava com 44.149 habitantes no último censo. A densidade demográfica é de 4,9 habitantes por km² no território do município. Os habitantes se chamam benjamim-constantenses. A microrregião Alto Solimões é constituída de nove municípios: São Paulo de Olivença, Santo Antônio do Içá, Tonantins, Amaturá, Benjamin Constant, Tabatinga, Atalaia do Norte, Fonte Boa e Jutai. (IBGE, 2021)

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2021), o povoamento de Benjamin Constant, iniciou-se por volta do século XVIII, no ano de 1750, quando existia na margem da foz do rio Javari, no alto Solimões, uma aldeia habitada pelos índios Ticunas, fundada pelos Jesuítas.

Após a desmembramento do município de São Paulo de Olivença, que ocorreu em 24 de Dezembro de 1952, a criação da comarca de Benjamin Constant, pela Lei Estadual nº 226. Vizinho dos municípios de Tabatinga e Atalaia do Norte, Benjamin Constant se situa a 18 km a Sul-Oeste de Tabatinga a maior cidade nos arredores (PORTAL CIDADE BRASIL, 2022). A Figura 7 apresenta o mapa da Microrregião do Alto Solimões.

Figura 7 - Mapa geográfico Microrregião do Alto Solimões do Amazonas



Fonte: Adaptado de Portal Barrancas (2019).

As participantes da pesquisa foram mulheres que empreendem no setor de confeitaria no município de Benjamin Constant. Foram identificadas e localizadas em diferentes áreas da cidade.

2.2 Delineamento metodológicos da pesquisa

Para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso foram definidos como procedimentos técnicos, inicialmente os bibliográficos, por meio dos quais foram realizadas as pesquisas sobre empreendedorismo, empreendedorismo feminino ressaltando as mulheres empreendedoras no ramo da confeitaria do município de Benjamin Constant, bem como as atividades socioeconômicas de cada mulher confeitaria no local de pesquisa.

O motivo da abordagem desse tema foi aprofundar sobre o trabalho dessas confeitarias, bem como elas registram dificuldades na jornada de trabalho como confeitarias, e também saber os motivos que influenciaram essas mulheres a entrar neste ramo, pois é de grande relevância, para essas mulheres sendo que, fazer bolos por mais que aparenta ser simples, não exige muita paciência, cuidados e principalmente praticidade. e por motivos particulares, por eu gostar muito de fazer bolos e doces, abordei esse tema,

Esta pesquisa é de abordagem qualitativa porque visou conhecer e compreender características básicas bem como o perfil socioeconômico das confeitarias para saber mais a

fundo um pouco da história de vida dessas mulheres confeitadeiras e suas dificuldades enfrentadas no município de Benjamin Constant.

A abordagem qualitativa, de acordo com Godoy (1995), não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados. Esse tipo de pesquisa, parte de questões ou focos de interesses amplos, que vão se definindo a medida que o estudo se desenvolve. Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995).

Essa pesquisa é de natureza básica pois sua finalidade é adquirir novos conhecimentos na área da confeitaria, especificamente no município de Benjamin Constant.

Para Fontelles (2009) pesquisa básica é aquela cujo objetivo é adquirir conhecimentos novos que contribuam para o avanço da ciência, sem que haja uma aplicação prática prevista. Neste tipo de pesquisa, o investigador acumula conhecimentos e informações que podem, eventualmente, levar a resultados acadêmicos ou aplicados importantes.

Quanto aos fins, a pesquisa é caracterizada como descritiva, pois visa conhecer de maneira um pouco mais detalhada as características das mulheres que atuam no ramo da confeitaria, em Benjamin Constant. Para tanto, foram identificadas as participantes da pesquisa, observou-se, foram coletados e analisados os dados, mas não houve interferência da pesquisadora no processo. De acordo com Fontelles (2009), a pesquisa descritiva é aquela que visa apenas a observar, registrar e descrever as características de um determinado fenômeno ocorrido em uma amostra ou população, sem, no entanto, analisar o mérito de seu conteúdo.

Quanto aos meios de investigação, a pesquisa utilizou os procedimentos técnicos da pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo. O procedimento da pesquisa bibliográfica foi realizado por meio das Bases de Dados, roteiro de entrevista sobre os temas de que trata esta pesquisa tais como empreendedorismo, empreendedorismo feminino, mercado de trabalho feminino, contexto histórico da confeitaria e confeitaria no Brasil. Para Macedo (1995) a pesquisa bibliográfica é entendida como o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa, o qual envolve uma série de procedimentos metodológicos, que procura identificar, localizar e obter documentos penitentes ao estudo.

A pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica, necessariamente, a pesquisa bibliográfica preliminar. Seminários, painéis,

debates, resumos críticos, monográficas não dispensam a pesquisa bibliográfica (ANDRADE, 2010).

Quanto ao procedimento técnico da pesquisa de campo, está ocorreu no município de Benjamin Constant, com seis mulheres confeiteira, que se dispuseram a participar, contribuindo com suas informações. Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Este tipo de pesquisa consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los para assim alcançar os objetivos do trabalho apresentados de forma clara para não ter dúvidas do que foi colocado para ser pesquisado (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 186). As participantes da pesquisa foram identificadas através de amigos que indicaram as mesmas, após identificadas foi feita a primeira abordagem, através de whatsApp, e assim marcando horário para a realização da entrevista.

Pesquisa documental é o tipo de pesquisa que tem o levantamento de documentos como base. É uma valiosa técnica de coleta de dados qualitativos. Assemelha-se à pesquisa bibliográfica, a qual utiliza a contribuição fornecida por diversos autores sobre um determinado assunto, enquanto na pesquisa documental, a coleta de informações é realizada em materiais que não receberam qualquer tipo de análise crítica. Neste tipo de pesquisa, os documentos consultados são, geralmente, classificados como fontes primárias e fontes secundárias. (FONTELLES, 2009, p. 7)

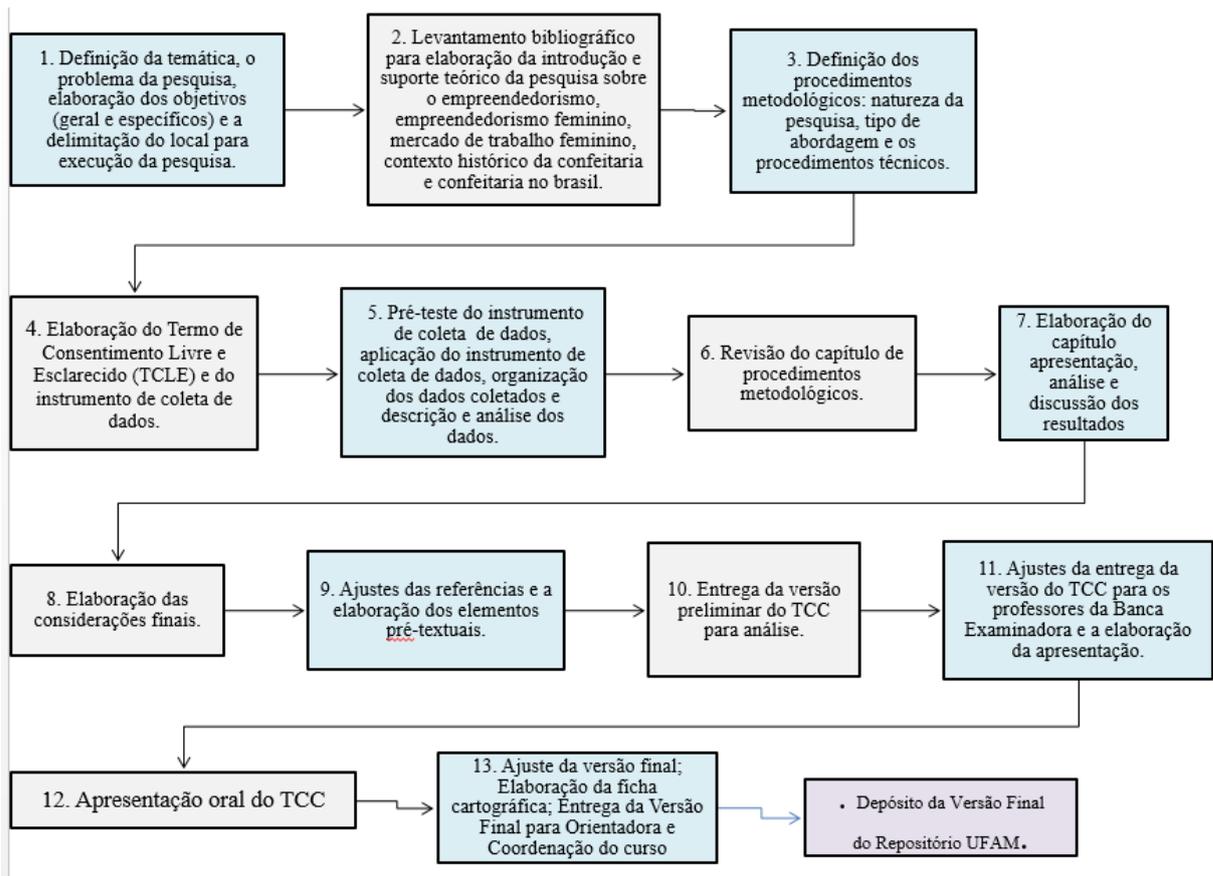
Para a pesquisa de campo foi utilizada a técnica da entrevista semiestruturada, com perguntas abertas e fechadas, as quais constam no Roteiro de Entrevista (Apêndice B). No decorrer da entrevista, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido-TCLE, o qual consta no (Apêndice A). A pesquisa de campo contou com instrumentos auxiliares, tais como celular com câmera, caneta, além de notebook, caderno de campo para a construção do trabalhos. As entrevistadas estão identificadas em ordem numérica com a sequência iniciada em P1 até P6, para assim, preservar a identidade de cada participante. Ressaltamos que, em algumas questões foram aceitas mais de uma resposta marcada, considerando o assunto em discussão.

A entrevista foi realizada de maneira presencial para atingir os objetivos proposto da pesquisa, foram realizados, pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, e pesquisa de campo. A seguir será apresentado as etapas da pesquisa ao qual está identificado como Figura 8.

2.2.1 Etapas da Pesquisa

A pesquisa ocorreu de acordo com as etapas descritas na Figura 8.

Figura 8 – Etapas da Pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

3 APRESENTAÇÕES DOS RESULTADOS E DISCURSÕES

Nesta seção são apresentadas as análises e as discussões dos resultados da pesquisa. Os dados são decorrentes da pesquisa de campo realizada por meio da entrevista, constante no (Apêndice B). A entrevista foi realizada com seis mulheres que trabalham no ramo de confeitaria no município de Benjamin Constant- AM, e que se dispuseram a colaborar espontaneamente com a pesquisa.

Quanto ao tempo de atuação no ramo de confeitaria e a faixa etária das participantes, o Quadro 1 apresenta um resumo do resultado.

Quadro 1 - Tempo de atuação na confeitaria e faixa etária.

TEMPO DE ATUAÇÃO	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Ate 1 ano		X				X
3 a 5 anos				X		
Acima de 5 anos	X		X		X	
FAIXA ETÁRIA						
18 a 30		X			-	X
31 a 40				X	X	
41 a 50	X		X		-	

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Dentre as participantes (Quadro 1) observa-se que 3 delas atuam no ramo da confeitaria há mais de cinco anos, 2 estão no ramo em torno de 1 ano e uma atua entre 3 a 5 anos. Essas confeitarias possuem idade acima de 30 anos. Observa-se nesse resultado que as confeitarias com maior faixa etária, também atuam há mais tempo neste ramo. Enquanto as de menor faixa etária, também atuam há menos tempo. Isso sugere que a pessoa com maior tempo de atuação nesse ramo, possui maior experiência, fundamental para a área da confeitaria, a qual vai se profissionalizando dia a dia, inclusive com novos procedimentos de produção, com vistas à satisfação dos clientes, uma vez que o cliente satisfeito poder fazer propagando positiva da confeitaria.

Quanto as questões financeiras relacionada a benefícios sociais, apenas a participante P2 é beneficiada com auxílio financeiro, estadual. As participantes P1 e P3, embora atuem como confeitarias, elas possuem trabalho formal, como servidoras públicas, enquanto as demais não recebem nenhum benefício e nem declararam que possuem algum vínculo empregatício, sugerindo que o trabalho de confeitaria provém o sustento ao menos parcialmente da família.

Quanto ao estado civil e a quantidade de filhos das participantes, estes estão apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 - Estado civil e quantidade de filhos

ESTADO CIVIL	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Solteira		X	X	X	X	X
Casada	X					
QUANTIDADE DE FILHOS	3	3	4	3	-	-

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Nota-se (Quadro 2) que 5 das participantes se declararam solteiras e apenas a P1 se declarou casada, que é participante com mais faixa etária entre 41 a 50 anos, não houve declaração de divorciada ou viúva. Quanto a quantidade de filhos, as participantes P5 e P6 declararam não ter filhos e estão na faixa etária de 18 a 40 anos. As demais têm em média de 3 a 4 filhos, e estão também na faixa etária de 18 a 40 anos. Esses resultados sugerem que as participantes, sendo 3 delas solteira, possuem entre 3 e 4 filhos, estas assumem o sustento da família, ao menos parcialmente.

Esses resultados, constataam que, dentre os papéis concedido à mulher moderna, esta assume o de provedora financeira, e com a realidade de muitas vezes serem mães solteiras. Segundo Almeida *et al*, (2020), as mulheres não migram mais para o mercado de trabalho simplesmente por *hobby* ou sem estabelecer metas e objetivos de carreira para o futuro, mas porque elas muitas vezes se responsabilizam por toda uma família (ALMEIDA *et al*, 2020).

O Quadro 3 apresenta o grau de escolaridade de cada participante, sendo que três delas possuem ensino superior completo (P3, P5 e P6) mais não foi declarado se é na área de confeitaria, e três delas possuem ensino médio completo (P1, P2 e P4). A participante P4 relatou que possui ensino técnico em enfermagem e agora cursa outro técnico em gastronomia pela instituição pública CETAM (Centro de Educação Tecnológica do Amazonas), a P1 também cursa técnico em gastronomia pela mesma instituição. Interfere-se que o cidadão ou a cidadã com maior nível de escolaridade tem mais oportunidade de incluir-se no mercado de trabalho. Podemos notar que cada vez mais essas mulheres buscam estar mais capacitadas na área da confeitaria. Como pode-se ver no Quadro 3.

Quadro 3 - Grau de escolaridade das participantes de pesquisa em Benjamin Constant- AM

GRAU DE ESCOLARIDADE	P1		P2	P3	P4	P5	P6
ENS. Médio Completo	X		X		X		
ENS. Superior completo				X		X	X
Outros			X				

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A partir destes dados pode se fazer uma relação com os trabalhos de Barros e Mourão (2019), quando afirma que atualmente, as mulheres são grande maioria entre os estudantes da educação superior, chegando a somarem 52% das matrículas no ensino médio no ano de 2015. Dados do INEP (2015) mostram que um terço dos países desenvolvidos, há mais mulheres nas escolas secundárias e na educação superior quando comparado aos homens. Houve, ainda de acordo com o INEP, um incremento de sete vezes no número de mulheres matriculadas na educação superior no mundo inteiro, as mulheres são maioria em todos os níveis educacionais, em especial na graduação e pós-graduação.

O Quadro 4 apresenta os tipos de doces que as confeitadeiras, participantes da pesquisa, trabalham, onde a maioria das participantes trabalham com todos os doces que foram apresentado no instrumento de pesquisa, e outros tipos de doces que não foram abordados nas perguntas. A P1 trabalha, por exemplo, trabalha com kits festas para aniversário ao qual possui diversos doces, além dos que foram abordados, a P2 também trabalha com salgados além de doces e tortas finas, a P5 trabalha com uma diversidade maior de doces além dos citados na pesquisa, tais como donuts, rabanada, Brownie, cookies e diversos tipos de biscoitos, as P3 e P4 trabalham apenas com os doces citados na entrevista, enquanto a P6 trabalha apenas com três tipos de doces abordados e outro que não foi abordado, que são trufas.

Quadro 4 - Tipos de doces que a confeitadeira produz

DOCES PRODUZIDOS	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Bolos	X	X	X	X	X	X
Brigadeiros	X	X	X	X	X	X
Bolo de pote	X	X	X	X	X	
Cupcake	X	X	X	X	X	X
Outros	X	X	-	-	X	X

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

O Quadro 5 a seguir será abordado o motivo que levou essas mulheres a empreenderem no ramo da confeitaria. As participantes P1 e P3 relataram que o motivo pela qual resolveram entrar nesse ramo, foi para a realização pessoal, a P2 por motivos de realização profissional e pessoal, a P4 foi por necessidade de complementar a renda familiar, a P5 foi por seguir a tradição da família, realização profissional e pessoal, somente a P6 relatou estar neste ramo por falta de alternativas de emprego no mercado local e para complementar renda da família.

Quadro 5 - O principal motivo que levou você entrar no ramo da confeitaria.

MOTIVOS QUE LEVARAM ESSAS MULHERES A ENTRAR NA CONFEITARIA	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Seguir tradição familiar					X	
Por falta de alternativa de emprego						X
Por realização profissional		X	X		X	
Por realização pessoal	X	X	X		X	
Complementar renda da família				X		X

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Esses resultados, vão ao encontro do posicionamento de Cineglaglia (2021), para o qual a mulher acaba por se envolver com questões empreendedoras por diversos motivos, sendo eles: necessidade, sonho, busca de novas experiências, entre tantos outros. Sendo que o empreendedorismo não vem acompanhado somente de necessidades e desejos, mas também de diversos fatores que englobam as necessidades da mulher empreendedora e podem vir a trazer obstáculos para ela, que trata de um conjunto de atividades econômicas que exige do empreendedor a autogestão, focando na diminuição da desigualdade financeira e exploração do

trabalho de seus colaboradores, é um dos caminhos que leva a mulher a se envolver com o empreendedorismo

Dados do SEBRAE (2022) mostram que a confeitaria é um setor que tem despertado o interesse de muitas mulheres empreendedoras, especialmente por ser uma atividade que permite a expressão da criatividade oferece a possibilidade de trabalhar em casa e com flexibilidade de horários. Além disso, o mercado de doces e sobremesas tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, o que tem incentivado o surgimento de novos empreendimentos no ramo.

Santos (2019) afirma que a confeitaria foi uma das primeiras áreas a aceitar empregar mulheres dentro da cozinha profissional nos Estados Unidos, nos anos 1970, quando os restaurantes americanos começaram a produzir suas próprias sobremesas, muito em parte porque o trabalho em outras 21 áreas da cozinha era visto como mais difícil para as mulheres se comparado ao da confeitaria.

Quando perguntado sobre o local que adquire matéria-prima para o seu negócio de confeitaria, estas responderam de acordo com o apresentado no Quadro 6.

Quadro 6 – Município de aquisição de matéria-prima

ONDE COMPRA MATERIA PRIMA	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Benjamin Constant	X	X	X	X	X	X
Tabatinga	X	X	-	X	X	-
Manaus	X	-	X	X	X	-
Leticia	X	-	-	X	X	-
Outros	X	-	-	-	-	-

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Pode-se observar que a P1 é a única que compra produtos em outro lugar além dos que foram abordados na pesquisa, tendo informado que compra pela *internet* produtos que não são encontrados nos municípios citados no instrumento de coleta de dados. As participantes P2 e P3 compram somente em dois municípios, a P4 e P5 compra em quatro locais diferentes, enquanto a P6 é a única compra sua matéria prima somente no município de Benjamin Constant.

Observa-se, ainda que nenhuma adquire produtos em Islândia (Peru), mesmo que seja o mais próximo município de Benjamin Constant. Outro fato é também, que apesar da distância

e da demora para a entrega, a maioria adquire produtos da capital, Manaus, utiliza o barco como transporte e demora em média, 8 dias.

Quanto aos desafios mais relevante no ramo da confeitaria em Benjamin Constant, o Quadro 7 apresenta um resumo das declarações das participantes. Pode-se notar que as participantes P1, P2, P3, P4 e P5, consideram que a aquisição de matéria prima é um dos fatores mais desafiadores por elas considerados, adquirir a matéria prima naquela região, muitas vezes dificulta seu trabalho, pois fica em falta no município. Nesses casos, as mesmas têm de fazer pedido no município vizinho. Outro desafio apontado foi o custo elevado das matérias-primas, citado pelas participantes P2, P3, P4 e P5, afirmando que esse desafio tem dificultado bastante o trabalho delas, pois isso afeta diretamente no preço do produto final de bolos e doces, forçando-as a repassarem ao consumidor, dificultando a venda.

Quadro 7 - Desafios mais relevante no ramo da confeitaria em Benjamin Constant

DESAFIOS CONSIDERADOS RELEVANTES	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Aquisição de matéria prima	X	X	X	X	X	
Custos das matérias prima		X	X	X	X	
Fatores relacionados ao clima						X
Dar conta de outras atividades	X					
Aquisição de equipamentos e utensílios para confeitaria	X			X		

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A P1 relatou, ainda, dificuldades tais como a realização de outras atividades, além do serviço de confeitaria, a exemplos de afazeres de casa e trabalho, isto porque essa participante é funcionária pública, e tem de conciliar com outras atividades do dia a dia. Ela também relatou a questão de aquisição de equipamentos e utensílios para a realização de seus afazeres como confeitaria. A P4 relatou também sobre aquisição de equipamentos de confeitaria, enquanto a participante P6 relatou desafios relevantes ao clima, que na região, além de clima quente, este também é úmido. Esse é um fator de dificuldade para quem trabalha com confeitaria em Benjamin Constant, posto que o meio de transporte mais presente é a motocicleta, que combinada ao forte calor, requer cuidados bem especiais para se conseguir entregar o produto em perfeitas condições ao cliente.

No Quadro 8 estão apresentados dados sobre o local em que as confeitarias fazem a produção dos bolos e doces.

Quadro 8 – Local onde faz a produção dos bolos e doces

LOCAL DE PRODUÇÃO	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Na residência	X	X	X	X		X
Outros					X	

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Observa-se (Quadro 8) que somente uma das confeitadeiras (P5) tem local próprio específico para a realização de suas atividades de confeitaria, ao qual está identificado como outros, enquanto as demais P1, P2, P3, P4 e P6 trabalham em suas residências para a realização de atividades. Quanto à possibilidade de expansão que cada confeitadeira identifica para o crescimento na área de confeitaria em Benjamin Constant, a participante P1 relata que têm diversas oportunidades para o crescimento na área, mais ela não investiria nisso por conta de ela ser servidora pública e não ter tempo para expandir seu negócio.

A P2 diz que percebe sim oportunidades de expansão, principalmente para abrir o próprio negócio, pois o município não possui nenhuma confeitaria com local adequado para seus clientes, da mesma forma as participantes P3 e P4 também percebem oportunidades principalmente, pela alta procura de bolos e kits festas. A participante P6 relata que quanto maior for a demanda maior será a produção e maior também será seu crescimento na área

Foi também abordado a pergunta sobre a possível expansão de seus empreendimentos para outros municípios do Alto Solimões. A participante P1 disse que, pelo fato de ser servidora pública, não seria possível ela expandir seu negócio para outros municípios. A P2 relata que sim, que poderia expandir seu empreendimento para outros municípios, pois há uma grande possibilidade de crescimento na área, que inclusive, ela está querendo abrir uma confeitaria no município de Atalaia do Norte. As entrevistadas P3, P4, P5 e P6 que há possibilidade de expansão de seus negócios para outros municípios. Nota-se que a maioria delas tem uma visão de crescimento para seu negócio de confeitaria, e que assim que possível estarão expandindo seus empreendimentos.

Dados do Sebrae (2022) afirmam a existência ativa de 286.764 empresas de panificação e confeitaria em todo país. Conforme informações da ABIP (Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria) o mercado de panificação e confeitaria só tem saldos positivos e movimentação bilhões de reais. Em 2021, o mercado faturou R\$ 105,85 bilhões no Brasil, isso significa 15,3% em relação a 2020, no Brasil 41 milhões de brasileiros diariamente entram em

padarias todos os dias. O Quadro 9 apresenta um resumo de como essas confeitadeiras divulgam seus serviços de confeitaria e fazem promoção de seus produtos.

Quadro 9 – Meios de divulgação e promoção dos serviços de confeitaria

DIVULGAÇÃO DOS SERVIÇOS DE CONFEITARIA	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Os próprios clientes	X	X	X	X	X	X
WhatsApp	X	X	X	X	X	X
Instagram	X	X	X	X	X	X
Facebook	X		X	X	X	X
Outros					X	
FAZ PROMOÇÃO DOS PRODUTOS						
Sorteio	X	X		X	X	X
Descontos	X		X		X	
Outros		X				

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Pode-se observa (Quadro 9) que as entrevistadas P1, P3, P4, P5 e P6 fazem a divulgação de seus produtos por três tipos de redes sociais (Instagram, Facebook e Whatsapp), além dos próprios clientes. Somente a P2 utiliza apenas duas redes sociais para a divulgação de seu trabalho, juntamente com seus clientes que também fazem a divulgação. Ao observar a participante P5, além de utilizar todos as redes sócias populares para divulgar seu trabalho, divulga, também, por meio de rádio da cidade.

Quanto à promoção, a participante P1 relata que faz descontos e sorteio para seus clientes, a P2 faz sorteios e promoções, a P3 faz apenas descontos para seus clientes, a P4 faz apenas sorteio, a P5 faz sorteios e descontos, e a P6 apenas sorteios. Isso mostra as confeitadeiras compreendem a necessidade de se manterem conhecidas na cidade, além de estarem cuidando do marketing de seus empreendimentos.

Os negócios precisam estar no ambiente virtual, para manter um atendimento, divulgar seus produtos. O marketing digital não necessita de tantos recursos quanto o marketing tradicional e, ainda, tem a vantagem de segmentar o público certo para receber o seu conteúdo e anúncios. Utilizar estratégias de marketing digital em confeitarias é fundamental para criar um vínculo digital com seus clientes, e assim captar novos clientes e fidelizar os antigos, pois em um mercado tão competitivo, o marketing digital pode ajudar a se destacar da concorrência e ganhar maior visibilidade.

A pesquisa também levantou dados sobre a forma que os clientes dessas confeitadeiras são atendidos e como realizam a entrega dos produtos (Quadro 10)

Quadro 10 - Atendimento aos clientes e formas entrega dos produtos na cidade de Benjamin Constant- AM

COMO ATENDE AOS CLIENTES	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Por encomenda	X	X	X	X	X	X
Vendas em comercio de benjamim					X	
Venda para consumo no seu ponto de venda					X	
COMO REALIZA ENTREGA DOS PRODUTOS						
Cliente retira no local	X	X		X	X	
Entrega no local do evento			X		X	X

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

No quadro 10 nota-se que as entrevistadas P1, P2, P3, P4, e P6 fazem seus bolos e doces somente por encomendas, pois as mesmas não têm local apropriado para venda em comércios, já a P5, além de vender por encomenda, também vende em comércios no município de Benjamin Constant, e tem o seu próprio local de venda de diversos tipos de doces, e, ainda, salgados. No que se refere a realização de entrega de seus produtos, as participantes P1, P2 e P4, são os clientes que fazem a retirada dos produtos. As participantes P3 e P6, fazem a entrega dos seus produtos no local desejado, enquanto a P5 trabalha tanto com a retirada no local quanto com a entrega no local. O Quadro 11 apresenta tipos de eventos que essas confeitadeiras atendem e a média financeira mensal proveniente da venda dos produtos.

Quadro 11 – Tipos de eventos que essas confeitadeiras atendem, e a média de rendimento financeiro mensal

QUE TIPOS DE EVENTOS ATENDE	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Casamento	X	X	X	X	X	X
Aniversários de crianças	X	X	X	X	X	X
Aniversario de adultos	X	X	X	X	X	X
Formaturas	X	X	X	X	X	X
Eventos científicos (escolas universidades)	X	X		X		
Eventos de órgãos públicos	X	X	X	X	X	
Empresas	X	X		X	X	
QUAL A MÉDIA DE RENDIMENTO FINANCEIRO MESAL						
Até R\$ 300					-	
Ente R\$ 300 e 600		X			-	
Entre R\$ 600 e 900			X		-	
Entre R\$ 900 e 1.320					-	
Acima de 1.320	X			X	-	X

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Quando perguntado para as entrevistadas quais tipos de eventos elas atendem, observa-se, no Quadro 11, que as participantes P1, P2 e P4 atendem todos os tipos de eventos abordados na entrevista, a P3 atende a 5 tipos de eventos, a P5 atende a 6 tipos de eventos, enquanto a P6 é a única confeitadeira que atende somente 4 tipos de eventos.

Quanto ao rendimento mensal das confeitadeiras, nota-se que as entrevistadas P1, P4 e P6 relatam que seus rendimentos são acima de R\$1.320 (hum mil trezentos e vinte reais) mensais. A participante P2 diz que seu rendimento varia entre R\$300 (trezentos reais) e R\$600 (seiscentos reais), já a P3 afirma que seu rendimento aproximado varia entre R\$600 (seiscentos) e 900 (novecentos reais) mensais. Somente a P5 preferiu não opinar sobre o seu rendimento.

A próxima questão abordará sobre a capacitação dessas mulheres na área de confeitaria. Quando perguntado se as entrevistadas possuíam algum curso na área de confeitaria, a P1, P2 e P4 a relata que sim, possuem, cursos na área da confeitaria sobre técnicas na confeitaria básica, bolos lucrativos, massas e recheios, a P1 que estará viajando para a cidade de Manaus para a realização de um novo curso de especialização dentro da área, pois o município e os órgãos públicos não oferecem esses tipos de especialização. A P3 não possui um curso específico, mais assiste vídeo-aulas no YouTube sobre a área de confeitaria, a P5 e P6 possuem cursos na área mais não especificaram quais foram os cursos de qualificação.

Quanto a questão se elas consideram importante a qualificação profissional a área da confeitaria. As entrevistadas P1, P2, P3, P4, P5 e P6 afirmaram que sim consideram a qualificação é de suma importância, pois este cenário de confeitaria e técnicas mudam constantemente, então as mesma buscam sempre estar se especializando na área para poderem estar adentro de todas as técnicas da confeitaria.

Quanto questão relacionados a temática da confeitaria, foi perguntado se o questionário abordou todos os assuntos relacionados a confeitaria , as entrevistadas P1, P4 e P6 acharam todas as perguntas satisfatórias e que todos os assuntos relacionados a temática foram abordados de forma sucinta , a P2 relatou que deveria ser abordados questões sobre incentivos públicos, para que futuramente os órgãos públicos do município possam está oferecendo cursos qualificativos para essas confeitadeiras, a P3 disse, que faltou abordar assuntos sobre culinária, somente a P5 não respondeu à pergunta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo geral analisar sobre, quais fatores impulsionaram mulheres a empreender no ramo da confeitaria no município de Benjamim Constant-Amazonas, para esse alcance, além do procedimento técnico da pesquisa bibliográfica para a contextualização sobre o empreendedorismo, empreendedorismo feminino mercado de trabalho feminino, contexto histórico da confeitaria e confeitaria no Brasil, utilizou-se a pesquisa de campo, fundamentada em uma abordagem qualitativa, com dados coletados através de uma entrevista semiestruturada, realizada em Maio/2023. A pesquisa possibilitou conhecer mulheres empreendedoras no ramo da confeitaria, conhecer de maneira parcial o perfil socioeconômico, e motivação neste ramo de confeitaria.

Como resultados principais foi possível localizar 8 confeitadeiras, que trabalham de forma ativa neste segmento, porém a pesquisa foi realizada somente com seis dessas mulheres, por falta de disponibilidade de tempo das outras confeitadeiras.

Também foi possível descrever os fatores que impulsionaram essas mulheres a empreender no ramo da confeitaria. Nesse sentido, as participantes declararam que dentre os fatores que as impulsionaram a seguir nesse ramo, foi por realização profissional e pessoal outras para complementar a renda da família e por falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho, sendo que quatro dessas mulheres tem entre três e quatro filhos, tendo que fazer, suas atividades como confeitadeiras e também os afazeres de casa.

Os resultados também apresentam que as participantes possuem um perfil, com idade média que varia entre 18 a 40 anos, maiorias solteiras e com filhos, com um grau de escolaridade que varia do ensino médio completo ao nível superior completo. Não foi identificado se possuem cursos superiores dentro do ramo da confeitaria somente cursos de qualificação técnico. No que se refere à tempo de atuação neste ramo de confeitaria, três dessas participante atuam neste ramo acima de cinco anos, e as demais atuam a menor tempo, e todos oferecem diversidade de produtos como, bolos personalizados, brigadeiros, bolo de pote, cupcake kits festas, somente uma das participantes tem um local próprio para a realização de suas atividades, as demais participantes trabalham em sua residência.

Quanto aos objetivos específicos, buscou-se contextualizar empreendedorismo feminino, conhecendo sua origem, assim como sua ligação com a confeitaria. Desta forma, foi possível perceber que a figura feminina está presente em diversos segmentos do mercado, e no que se refere ao ramo da confeitaria percebe-se um crescimento significativo.

Dentre os tipos de desafios enfrentados descritos pelas participantes da pesquisa, estão: a aquisição de matéria prima, custos dessas matérias, fatores relacionado ao clima, e aquisição de matéria equipamentos e utensílios para confeitaria e principalmente dar conta das encomendas e principalmente dos afazeres domésticos.

Isto porque as atividades não são fáceis de serem realizadas, aparenta ser algo simples mais não é, todas elas buscam sempre melhorar suas habilidades profissionais e ainda dar conta de tantas outras coisas. E por meio de especialização buscam apoio e reconhecimento das atividades realizadas, que através de muitas lutas conseguiram alcançar seus objetivos.

Esses resultados principais, evidenciam que o problema da pesquisa foi respondido, uma vez que foi possível saber quais fatores impulsionaram essas mulheres a empreender neste ramo de confeitaria no município de Benjamin Constant. Destaque que, essas confeitadeiras buscam empreendem pelo desejo de ter o seu próprio negócio, conquistando uma realização profissional e independência financeira sem precisar abrir mão das suas prioridades, é interessante mencionar que para a maioria das entrevistadas o seu negócio não é sua única fonte de renda e sim um complemento de renda.

Quanto as contribuições do estudo, estas foram de natureza mais prática, considerando que os resultados poderão contribuir para algumas ações que melhore a capacitação dessas confeitadeira portanto, como sugestões para melhoria desse ramo de negócio, em de Benjamin Constant, seria a necessidade de oferecer cursos qualificativos para essa área, neste caso, poderiam ser realizados mutirões, ou feiras que oferecessem cursos para aperfeiçoamento de técnicas sobre confeitaria.

Para trabalhos futuros, sugere-se que pesquisas sejam realizadas com um número maior de confeitadeiras, para se ter resultados em termos gerais do ramo no município de Benjamin Constant, podendo também ser aplicada incluindo-se outros municípios da microrregião alto Solimões. Também sugere-se que em trabalhos futuros possam ser utilizados mecanismos de mensuração do ganho financeiro decorrente da atividade na confeitaria, uma vez que observou-se o receio em declarar os valores mais aproximados dos ganhos mensais, podendo com isso evidenciar a importância que tem o ramo da confeitaria, não somente para o município, mas também para evidenciar a importante atuação da mulher nesse ramo de atividade.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Silvana Soares; LIRA, Hércules de Lucena. **Tecnologia de Panificação e Confeitaria**. Colégio Agrícola Dom Agostinho Ikas (CODAI); Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Pernambuco, 2011.

BRITO de Silva, Amanda Suênya; de Carvalho GUIMARÃES, Jairo. Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 12, n. 2, p. 53-71, 2018. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7125097>

BARROS, Suzane Carvalho da Vitória; MOURÃO, Luciana. Panorama da participação feminina na educação superior, no mercado de trabalho e na sociedade. **Psicologia & Sociedade**, v. 30, p. e174090, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/v6X4NdsLGPx7fmpJBCWxsdB/?format=html>. Acesso em: 20 abr. 2023.

BEZERRA, Maria Eduarda Barreto. **Perfil dos microempreendedores e empreendedores na área de confeitaria e doçaria: perspectivas socioeconômicas e culturais na Região Metropolitana do Recife**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Brasil. Disponível em: <https://repository.ufrpe.br/handle/123456789/3603>. Acesso em: 7 abr. 2023.

CALDAS, Flavia. **Melhores condições de vida e trabalho para todas as mulheres**. Disponível em: <https://www.gov.br/fundacentro/pt-br/comunicacao/noticias/noticias/2023/marco/melhores-condicoes-de-vida-e-trabalho-para-todas-as-mulheres>.

CAMPOS, Adriano; SOEIRO, José. **A falácia do empreendedorismo**. Bertrand editora, 2016. Disponível em: <https://shre.ink/HoWv>. Acesso em: 20 abr. 2023.

CARVALHO, Raimundo Nonato. **Empreendedorismo: importância econômica e social**. 2013. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380/>. Acesso em: 6 maio. 2023.

CINEGLAGLIA, Maria Natalina et al. Desafios do empreendedorismo feminino. **LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades**, v. 5, n. 3, p. 59-76, 2021. Disponível em: <http://lexcultccjf.trf2.jus.br/index.php/LexCult/article/view/544>. Acesso em: 20 abr. 2023.

CORBETT, Andrew C.; PESCOÇO, Heidi M.; DETIENNE, Dawn R. Como empreendedores corporativos aprendem com iniciativas incipientes de inovação: Cognição e o desenvolvimento de um script de rescisão. **Teoria e prática do empreendedorismo**, v. 31, n. 6, pág. 829-852, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1540-ESTHER>.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. Acesso em: 28 abr. 2023.

DORNELAS, José. **Tipos de empreendedores**. 2008. Disponível em: <https://www.josedornelas.com.br/blog/que-tipo-de-empreendedor-voce-e>. Acesso em: 28 abr. 2023.

DUPAN, (2020) **Uma viagem ao tempo conheça a história da padaria.** Disponível em: <https://blog.dupan.com.br/curiosidades/uma-viagem-no-tempo-conheca-a-historia-da-padaria/>. Acesso em: 20 maio. 2023.

ÉSTHER, Angelo Brigato. A política de identidade do empreendedorismo: uma análise na perspectiva da sociologia figuracional e da psicologia social crítica. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 17, p. 857-870, 2019 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/hqbw5qbZFyLK95XK9NQ68jc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.

PANTYS (2022) **Evolução feminina no mercado de trabalho.** Disponível em: <https://www.pantys.com.br/blogs/pantys/fique-por-dentro-da-evolucao-feminina-no-mercado-de-trabalho>.

Faixa de Fronteira: Governo leva discussões sobre projetos de desenvolvimento ao Alto Solimões. Disponível em: <https://portalbarrancas.com/faixa-de-fronteira-governo-leva-discussao-sobre-projetos-de-desenvolvimento-ao-alto-solimoes/>.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas. **Cengage Learning**, 2020 disponível em: <https://shre.ink/HL6X>. Acesso em: 20 abr. 2023.

FONTELLES, Mauro José et al. Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. **Revista paraense de medicina**, v. 23, n. 3, p. 1-8, 2009. Disponível em: <https://shre.ink/HLTR>. Acesso em: 28 abr. 2023.

FONTES, Ana. **Necessidade ou paixão? Mulheres que empreendem por falta de opção são maioria**, 2021. Disponível em: <https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2021/07/necessidade-ou-paixao-mulheres-que-empreendem-porfalta-de-opcao-sao-maioria.html> Acesso em: 28 abr. 2023.

FREEPIK (2023). **Mulher colocando nozes em cima do bolo clássico decorado com figos e calda.** Disponível em: <https://br.freepik.com/fotos/confeitaria>. Acesso em: 6 jun. 2023.

GODOY Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades.** RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 35, n. 2, mar-abr, p. 57-63, 1995 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/wf9CgwXVjpLFVgpwNkCggnC/?format=pdf&lang=pt>.

GOV.br (2023) **Mulheres no mercados de trabalho lutando por igualdades.** Disponível em: <https://c4i.com.br/2020/10/20/mulheres-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

HALICKI, Zélia. **Empreendedorismo.** 2018. Disponível em: <https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1328/Empreendedorismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 7 abr. 2023.

JESUS, Wenneson Rogério dos Santos de. **CONSIDERAÇÕES SOBRE COMÉRCIO FORMAL E INFORMAL NO BRASIL. Humanidades & Inovação**, v. 6, n. 12, p. 67-76, 2019. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/1272>. Acesso em: 20 abr. 2023.

KARLS, Thaina Schwan. História e alimentação: as confeitarias no Rio de Janeiro do século XIX (1854-1890). **Revista Ingesta**, v. 1, n. 1, p. 172-186, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revistaingesta/article/view/151758>

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo, SP: Atlas 2003.

LEAL, Joana **Lutas por igualdades no mercado de trabalho**. Disponível em: <http://www.usp.br/aunantigo/exibir?id=7501>. Acesso em: 6 jun. 2023.

MACEDO, de Neusa Dias. **Iniciação à pesquisa bibliográfica**. Edições Loyola, 1995. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=2z0A3cc6oUEC&oi=fnd&pg=PA7&dq=livros+pesquisa+bibliogr%C3%A1fica&ots=SD5m2mExLK&sig=4F6Zdd7reuLLkZn9C6jBB_5DQmc#v=onepage&q=livros%20pesquisa%20bibliogr%C3%A1fica&f=true

MARIA CRISTINA. In: **Doces franceses na AFN (2023)**. Disponível: <https://www.aliancafrancesa.niteroi.br/docesfranceses/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

MARIANO, Luana Beatriz de Oliveira; PEREIRA, Laura de Souza; SANTOS, Ellen de Almeida. Empreendedorismo feminino durante a pandemia. 2022. **Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Administração) - Escola Técnica Estadual do Jaraguá, São Paulo**, 2022. Disponível em <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/9900>. Acesso em: 7 abr. 2023.

MARTINS, Roberta. **Experiências e vivências em confeitaria**. Disponível em: <https://shre.ink/HLTa>. Acesso em: 2 maio 2023.

MATOS, Danilo Moreira; MARQUES, Francisco Robério. Histórico do Açúcar e Propostas de Valorização da Confeitaria Regional. **XV SEMANA ACADÊMICA UNIFAMETRO**. ISSN, p. 2357-8645, 2019. Disponível em: <https://doity.com.br/media/doity/submissoes/5da38315-cfe4-436f-8f9b-0ea243cda1d7-danilofinalsubmeterconexao2019pdf.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

OLIVEIRA, N. T. B.; MELO, M. F. M.; MORAES, A. M.; SIQUEIRA, L.P. Capacitação em Panificação e Confeitaria para Trabalhadoras Domésticas e Donas de Casa da Comunidade Dom Helder Câmara, Recife/ Pe. In: XIII Jornada de Ensino, Pesquisa e Extensão – JEPEX, 8., 2013. **Anais [...]**. Recife: UFRPE, p. 17-35, 2013. Disponível em: <http://www.eventosufrpe.com.br/2013/cd/resumos/R1415-1.pdf>. Acesso em: 28 maio. 2023

OLIVEIRA, Gustavo José de; VALDISSER, Cassio Raimundo. Análise de perfil: As principais características e os tipos de empreendedor verificados no gestor da CB Distribuição. **Revista GeTeC**, v.8, n.20, 2019. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/1610>. Acesso em: 20 abr 2023.

PACHER, Andréia Maria. O processo do ensino da confeitaria clássica nas disciplinas de confeitaria, nos cursos superiores de gastronomia em Santa Catarina. 2014, 132 f. Dissertação de mestrado (Turismo e Hotelaria) Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú (SC), 2014. [Orientador: Prof. Carlos Alberto Tomelin, Dr. Acesso em: 30 maio. 2023

PASSOS, Luana; GUEDES, Dyeggo Rocha. Participação feminina no mercado de trabalho e a crise de cuidados da modernidade: **conexões diversas**. 2018. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8502>. Acesso em: 2 maio. 2023.

PASTRO, Ivete Inês, BUSANELLO, Glaucio Florindo. (2014). Empreendedorismo: **Estratégia e Inovação**. In: **Congresso Nacional de Pesquisa em Ciências Sociais Aplicada**, 3. Francisco Beltrão/PR. pp.118. Disponível em: https://cacphp.unioeste.br/eventos/conape/anais/iii_conape/Arquivos/Artigos/Artigoscompletos/ADMINISTRACAO/17.pdf

PORTAL CIDADE BRASIL, 2022 Disponível em: <https://www.cidadebrasil.com.br/municipio-benjamin-constant.html>

ROCHA, Gabriela Teixeira. Empreendedorismo feminino: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender no DF. 2018. 67 f. **Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade de Brasília**, Brasília, 2018. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/20699/1/2018_GabrielaTeixeiraRocha_tcc.pdf. Acesso em: 20 abr. 2023

RODRIGUES, Lara Magalhães. Perspectivas de carreiras das mulheres no ramo da confeitaria. 2022. 32 f. **Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia**, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/35412/1/PerspectivasCarreirasMulheres.pdf> f. Acesso em: 7abr. 2023. <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-a-confeitaria-traz-para-2022,12096a4879990810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 7 abr. 2023.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo**. Senac, 2019. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=QAOaDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=empreendedorismo&ots=OqyL3vjuu&sig=R1wegjoXg0sceA5DUxpCOUmZgF4#v=onepage&q=empreendedorismo&f=true> Acesso em: 7 abr. 2023.

SANTOS, Letícia Madeira de Castro. "**A mulher é mais delicada**": um estudo sobre a associação da figura feminina à área de confeitaria profissional. 2019. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/13348>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SENHOR, Bianca; PACHER, Andréia Maria; CRUZ, Rosana Arruda. Importância da castanha do Brasil e seus subprodutos para a confeitaria. Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, SC, 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS-SEBRAE (2022). **Marketing para padarias e confeitarias**. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_sebrae_marketing-para-padarias-confeitarias.pdf. Acesso em: 6 jun. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS-SEBRAE (2022). Oportunidade de negócio: **docerias, bolerias e confeitarias gourmet**. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/oportunidade-de-negocio-docerias-bolerias-e-confeitarias-gourmet>. Acesso em: 6 jun. 2023.

SOUZA, Emilly Correia Melo de; SILVA, Yasmim Penha Silva. Os desafios do empreendedorismo feminino. 2021. **Trabalho de conclusão de curso** (Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio) - Etec de Poá, Poá, 2021. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/6922>. Acesso em 7 abr. 2023.

TEIXEIRA, Cristiane Martins et al. Empreendedorismo Feminino. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 151-171, 2021. Disponível em: <http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/viewFile/473/523> acesso em: 20 abr. 2023.

UNSPLASH (2022) **Confeiteira decorando de bolo de aniversário** disponível em: <https://unsplash.com/pt-br/fotografias/pQjTXKjYRCK>. Acesso em: 06 jun 2023.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

A Senhora está sendo convidada como voluntária a participar da pesquisa intitulada **Empreendedorismo feminino no Alto Solimões-Amazonas: oportunidades e desafios da confeitaria em Benjamin Constant-Amazonas**, tendo como pesquisadora responsável Tatiele Candido Malaquias, matrícula 21755387. O objetivo da pesquisa é *analisar que fatores impulsionaram mulheres a empreenderem no ramo da confeitaria em Benjamin Constant*. O estudo consiste no levantamento de dados para o desenvolvimento de um Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) de Administração-UFAM/INC. A senhora está sendo convidada por que detém conhecimento sobre a temática. Caso aceite participar, sua participação consiste em fornecer informações sobre os fatores que impulsionam mulheres a empreenderem no ramo da confeitaria no município de Benjamin Constant, que contribua para o levantamento consistente de dados do trabalho.

Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos:

1. A voluntária irá receber o roteiro de entrevista disponibilizado por meio físico, obedecendo-se às orientações institucionais, bem como as diretrizes sanitárias vigentes no município.

2. Os dados referentes às questões sobre os fatores que impulsionam essas mulheres a empreender no ramo da confeitaria, serão coletados por meio da entrevista concedida pelas voluntárias. Esta irá ler as questões e atribuir as respostas consideradas consistentes no contexto da temática pesquisada. A realização da entrevista demandará aproximadamente 30 minutos, podendo ser replicada se houver necessidade de confirmação de algum dado.

Os riscos envolvidos na pesquisa são mínimos considerando tratar-se de informações voluntárias e específicas sobre a temática apresentada. No entanto, a entrevistada poderá sentir-se constrangida em responder as questões de cunho pessoal, especialmente quando tratar-se de informações de cunho financeiros, que a levaram a atuarem nesse segmento de forma repentina, quando se aplicar.

Para minimizar os riscos, serão tomados os devidos cuidados, tais como:

- A pesquisadora, em acordo com sua orientadora, irá tomar as medidas de precaução, além de assegurar a entrevistada, a preservação de seu nome e do negócio, se assim o desejar, e prestar informações relacionadas à entrevista, sempre que necessário.

- O risco de constrangimento pode ser minimizado pela garantia de liberdade para abandonar a entrevista a qualquer momento, caso este esteja lhe causando qualquer tipo de desconforto.

Como benefícios, espera-se que os resultados da pesquisa possam contribuir com possíveis ações a serem pensadas no contexto das temáticas envolvidas na pesquisa, que de alguma forma, poderá contribuir com a análise dos fatores que levaram essas mulheres a empreender no ramo da confeitaria.

Além disso, as voluntárias terão a oportunidade de avaliar e adquirir conhecimento sobre a temática específica do sobre a experiência no ramo de confeitaria e quais os desafios enfrentados.

A participante poderá ter acesso, a qualquer tempo, às informações sobre procedimentos relacionados à pesquisa, inclusive para tirar eventuais dúvidas. A voluntária terá a garantia de confidencialidade, sigilo e privacidade sobre sua identidade, se assim o desejar. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Por fim, caso haja danos decorrentes dos riscos previstos, o pesquisador assumirá a responsabilidade pelos mesmos.

Para participar deste estudo a senhora não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. A senhora tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que a Sra. é atendida pela pesquisadora.

Este termo de consentimento encontra-se impresso, em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, na Coordenação do Curso de Administração-INC junto ao TCC na forma de arquivo vigente e outra será fornecida à senhora. A pesquisadora tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, além de utilizar as informações somente para fins acadêmicos e científicos, exclusivamente de que trata o TCC.

CONSENTIMENTO PÓS-INFORMAÇÃO

Eu _____ declaro, que fui informada dos objetivos da pesquisa de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas, sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi, no ato da entrevista, uma via deste termo de consentimento.

Nome da Pesquisadora Responsável: Tatiele Candido Malaquias, aluna do Curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura - INC/Universidade Federal do Amazonas-UFAM, AV. Castelo Branco – Bairro Cidade Nova – CEP 69630-000, município Benjamin Constant. -AM. Telefone/Celular: (97) 98446-2570 E-mail: tatielemalaquias@gmail.com O TCC é orientado pela Profa. Dra. Leonor Farias Abreu, docente da Ufam/INC. Telefone/Celular: (97) 984123305 E-mail: leonorfarias@ufam.edu.br.

Rubricas _____ (Participante)

_____ (Pesquisador)

Benjamin Constant, ____/____/____

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Esta Entrevista é parte integrante do trabalho de Conclusão do Curso de Administração da UFAM/INC-Benjamin Constant/2022-2, intitulado *Empreendedorismo feminino no Alto Solimões-Amazonas: oportunidades e desafios da confeitaria em Benjamin Constant-Amazonas*

1. Confeiteira _____
2. Há quanto tempo você atua no ramo da confeitaria: () Até 1 ano. () 2 a 3 anos. () 3 a 5 anos. () Acima 5 anos.
3. Faixa etária: () 18 a 30 anos. () 31 a 40 anos. () Entre 41 e 50 anos. () Acima de 50 anos.
4. Recebe algum benefício financeiro: () Aposentadoria () Pensão () Outro benefício: _____ () prefiro não opinar.
5. Estado Civil: () Solteira. () Casada. () Divorciada. () Viúva () Prefiro não opinar.
6. Tem filhos? () Não () Sim. Quantos? _____
7. Escolaridade: Ensino Fundamental: () Completo () Incompleto .
 Ensino Médio: () Completo () Incompleto.
 Ensino Superior: () Completo () Incompleto.
 () Outros _____
8. Tipos de doces que a confeitaria produz:
 - () Bolo
 - () Brigadeiros
 - () Bolo de pote
 - () Cupcake
 - Outros: _____
9. Qual foi o principal motivo que levou você entrar no ramo da confeitaria?
 - () Seguir a tradição familiar
 - () Por falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho local
 - () Por realização profissional
 - () Por realização pessoal
 - () Complementar a renda da família
 - () É a única renda da família.
 - () Outros: _____

10. Qual a média de rendimento mensal com os produtos ... Até R\$300 Entre R\$300 e 600 entre R\$600 e 900 Entre R\$900 e 1320 Acima de R\$1320

11. Quais foram as dificuldades enfrentadas na realização de suas atividades?

12. Onde você compra a matéria prima?

Benjamin Constant Tabatinga Manaus Leticia Islândia

13. Em que local você faz a produção dos bolos e doces?

Na residência Casa familiares No emprego outro _____

14. Você fez algum curso na área de confeitaria

Não Sim. Quais _____

Em qual instituição se qualificou? Publica Privada

15. Quais oportunidades de expansão você percebe para crescimento na área de confeitaria em Benjamin Constant?

16. Você considera que é possível expandir o seu empreendimento para outros municípios do Alto Solimões? Não Sim

17. Quais desafios você considera mais relevantes no ramo de confeitaria em Benjamin Constant?

Aquisição de matéria prima Custo das matérias primas Fatores relacionados ao clima (calor, humidade, chuva) Da conta de outras atividades (mãe, esposa) Aquisição de equipamentos e utensílio para confeitaria Transporte Acondicionamento de matéria prima e produto pronto.

18. Como divulga os serviço de confeitaria

Os próprio clientes divulgam Redes sociais: WhatsApp Instagram Facebook

Outros: _____

19 Faz promoção dos produtos: Sorteio descontos

Como atende aos clientes: Encomendas Venda em comércios

Outros: _____

20. Que tipo de evento atende ? ()Casamento ()Aniversário de criança ()Aniversário de adultos ()Formaturas ()Eventos científicos (universidades, escolas) ()Eventos de órgão públicos

()Empresas Outros:_____

21. Dê sua opinião sobre quer outro assunto relacionado à temática que não foram abordados nesta entrevista

Muito obrigada por sua atenção pela disponibilidade em contribuir com nossa pesquisa.

Benjamin Constant, Amazonas, Maio de 2023.