



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ
CAMPUS ALENQUER
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ANA AMELIA CARDOSO MONTEIRO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DA CONFEITARIA ARTESANAL
DE ALENQUER, PARÁ**

ALENQUER - PARÁ

2025

ANA AMELIA CARDOSO MONTEIRO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: Análise da confeitaria artesanal de Alenquer,
Pará**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal do Oeste do Pará – Campus Alenquer, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração. Orientador: Prof. Felipe Bandeira.

ALENQUER, PARÁ

2025

ANA AMELIA CARDOSO MONTEIRO

EMPREENDEDORISMO FEMININO
análise da confeitaria artesanal de Alenquer, Pará.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA), como requisito para obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Felipe de Lima Bandeira


Conceito: APROVADA

Data da aprovação: 25/07/2025


Prof Dr. Felipe de Lima Bandeira – Orientador (UFOPA)

Documento assinado digitalmente
 **FELIPE DE LIMA BANDEIRA**
Data: 02/08/2025 12:17:26-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profª Dra. Wandicleia Lopes de Sousa – Membro da banca

Documento assinado digitalmente
 **WANDICLEIA LOPES DE SOUSA**
Data: 02/08/2025 12:27:09-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profª. Dr.ª Quêzia Leandro de Moura – Membro da banca

Documento assinado digitalmente
 **QUEZIA LEANDRO DE MOURA**
Data: 02/08/2025 16:02:38-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/UFOPA

M775c Monteiro, Ana Amélia Cardoso
Empreendedorismo feminino: análise da confeitaria artesanal de Alenquer, Pará. /
Ana Amélia Cardoso Monteiro. - Alenquer, 2025.
28 p. : il.
Inclui bibliografias.

Orientador: Felipe de Lima Bandeira.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Oeste do Pará,
Bacharelado em Administração.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Confeitaria artesanal. 3. Amazônia. 4. Desenvol-
vimento local. 5. Alenquer (PA). I. Bandeira, Felipe de Lima, *orient.* II. Título.

CDD: 23 ed. 305.42

SUMÁRIO

<u>1.</u> INTRODUÇÃO.....	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
3. METODOLOGIA.....	14
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	15
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS.....	25

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me sustentado com força e coragem em cada etapa dessa jornada.

Aos professores e ao meu orientador, Prof. Dr. Felipe Bandeira, por toda dedicação, paciência e por compartilharem conhecimento de forma tão generosa. Suas orientações foram essenciais para a construção deste trabalho.

Aos meus pais, que já partiram, mas seguem vivos em minha memória e no meu coração. Agradeço por todo amor, por tudo que me ensinaram, e por terem plantado em mim os valores que me trouxeram até aqui. Este trabalho é também para vocês, com eterna gratidão e saudade.

Aos colegas, amigos e todos que me incentivaram ao longo do caminho, meu sincero agradecimento.

Às mulheres empreendedoras, que participaram da pesquisa, por disponibilizarem seu tempo e contribuírem de forma tão valiosa para este estudo, por sua generosidade em compartilhar suas histórias e experiências. Sem vocês, este trabalho não seria possível.

RESUMO

Este artigo investiga o empreendedorismo feminino no setor da confeitaria artesanal no município de Alenquer, Pará, com o objetivo de compreender sua estrutura, identificar os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras e analisar os impactos econômicos e sociais dessa atividade no contexto amazônico. A pesquisa adota abordagem qualitativa e quantitativa, com base em pesquisa de campo, revisão bibliográfica e análise documental. Os resultados apontam que, embora o segmento represente uma alternativa significativa de geração de renda e autonomia para mulheres, especialmente em regiões periféricas, ainda enfrenta diversos entraves: ausência de políticas públicas específicas, dificuldades no acesso a crédito e capacitação, informalidade, altos custos logísticos e persistente desigualdade de gênero. Conclui-se que o fortalecimento da confeitaria artesanal liderada por mulheres demanda ações integradas do poder público e da iniciativa privada, como linhas de financiamento inclusivas, formação técnica continuada e valorização institucional do setor. O estudo ressalta o papel estratégico do empreendedorismo feminino como vetor de desenvolvimento local e transformação social na Amazônia.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Confeitaria artesanal; Amazônia; Desenvolvimento local; Alenquer.

ABSTRACT

This article investigates female entrepreneurship in the artisanal confectionery sector in the municipality of Alenquer, Pará, aiming to understand its structure, identify the main challenges faced by women entrepreneurs, and analyze the economic and social impacts of this activity in the Amazonian context. The research adopts both qualitative and quantitative approaches, based on fieldwork, bibliographic review, and document analysis. The results indicate that, although the sector represents a significant alternative for income generation and autonomy for women—especially in peripheral regions—it still faces several obstacles: lack of specific public policies, difficulties in accessing credit and training, informality, high logistical costs, and persistent gender inequality. The study concludes that strengthening female-led artisanal confectionery requires integrated actions from both public authorities and the private sector, such as inclusive financing lines, continuous technical training, and institutional recognition of the sector. The study highlights the strategic role of female entrepreneurship as a driver of local development and social transformation in the Amazon.

Keywords: Female entrepreneurship; Artisanal confectionery; Amazon; Local development; Alenquer.

1. INTRODUÇÃO

Minha história com a confeitaria remonta à infância. Minha avó, confeitadeira habilidosa, transmitiu seus conhecimentos à minha mãe, e eu, desde cedo, ajudava nos afazeres da cozinha, acompanhando com admiração a produção de bolos e doces. Sempre me impressionei com a dedicação e persistência delas, especialmente porque, nas décadas de 1980 e 1990, os recursos e tecnologias para a confeitaria eram bem mais limitados do que os de hoje.

Com o passar dos anos, comecei a fazer bolos para familiares e amigos, sem intuição comercial. No entanto, fui incentivada a profissionalizar essa paixão e transformar o hobby em uma fonte de renda complementar, visto que sou funcionária pública assalariada. Atualmente, forneço sobremesas para a empresa Marcos Lanches, que revende meus produtos, e também realizo encomendas de bolos, pratos e sobremesas para eventos diversos.

Nos últimos anos, o mercado de trabalho tem passado por mudanças significativas, impactando diretamente a geração e obtenção de renda. As mulheres, em especial, enfrentam desafios como a conciliação entre vida familiar e profissional, o preconceito de gênero e a dificuldade de acesso a crédito para investir em seus negócios. Dessa forma, o empreendedorismo feminino surge como uma alternativa essencial para a independência financeira, impulsionando muitas mulheres a iniciarem seus próprios empreendimentos.

De acordo com Dolabela (2021), pág.101, afirma que "Ninguém nasce empreendedor, torna-se."

Segundo o Portal Sebrae (2021), o termo "Empreendedorismo Feminino" refere-se à atividade empreendedora liderada por mulheres, abrangendo tanto aquelas que iniciam seus próprios negócios quanto aquelas que promovem inovações dentro de empresas estabelecidas. Apesar dessa crescente presença feminina no mundo dos negócios, questiona-se por que o empreendedorismo feminino no ramo da confeitaria artesanal no município de Alenquer ainda não recebe a devida valorização como segmento econômico relevante?

Em Alenquer, a confeitaria artesanal tem apresentado alta demanda, especialmente em um cenário de escassez de oportunidades formais de emprego. Muitas mulheres recorrem à confeitaria não apenas como uma paixão, mas como uma estratégia de sustento e complemento de renda, inclusive para aquelas assistidas por programas sociais, como o Bolsa Família, e trabalhadoras assalariadas que buscam maior estabilidade financeira. Dessa forma, como as mulheres empreendedoras da confeitaria artesanal em Alenquer, Pará, enfrentam os desafios estruturais do empreendedorismo feminino, constroem estratégias de autonomia econômica e

afirmam seu protagonismo em um contexto marcado por desigualdades de gênero, informalidade e escassez de apoio institucional?

De acordo com dados do IBGE (2022), Alenquer possui uma população de 69.377 habitantes e uma densidade demográfica de 2,93 habitantes por quilômetro quadrado. O PIB per capita é de R\$ 12.988,38, e o salário médio mensal dos trabalhadores formais é de aproximadamente 2,2 salários mínimos. Apenas 5,49% da população está formalmente empregada, evidenciando a predominância do trabalho informal. Alenquer é composta por 53,9% de mulheres (34.160 habitantes) e 46,1% de homens (29.216 habitantes), tornando ainda mais importante a discussão sobre o papel da mulher no desenvolvimento econômico local.

Apesar do crescimento da confeitaria artesanal, ainda há diversos obstáculos presentes neste segmento para seu fortalecimento. Muitas confeitadeiras não possuem recursos para aprimorar suas técnicas por meio de cursos e workshops. Além disso, o município carece de políticas públicas e linhas de crédito específicas para o setor, dificultando a aquisição de equipamentos e insumos. Muitas empreendedoras são obrigadas a buscar materiais em municípios vizinhos ou por meio de compras online, aumentando os custos e reduzindo a competitividade de seus produtos.

A confeitaria artesanal tem se destacado no mercado gastronômico como uma alternativa diferenciada à produção industrializada. Com a crescente valorização da produção caseira e do consumo consciente, os produtos artesanais conquistam um público que busca qualidade, sabor e personalização. Além disso, o setor representa uma importante fonte de geração de renda para pequenos empreendedores, especialmente com a ascensão das redes sociais como ferramenta de divulgação e vendas.

Diante desse contexto, este trabalho tem como objetivo compreender a estrutura do empreendedorismo na confeitaria artesanal em Alenquer, identificando seus principais desafios e impactos na economia local. A ausência de suporte governamental e de iniciativas privadas que promovam capacitação e fomento ao setor é um entrave para o crescimento e a profissionalização das confeitadeiras locais. A falta de infraestrutura, insumos e incentivos financeiros compromete a capacidade dessas empreendedoras de expandirem seus negócios e atenderem a uma demanda crescente.

O estudo também visa destacar a importância do setor na economia local, considerando que, segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2020), as mulheres representam 46% dos empreendedores iniciais no Brasil. Entre essas, 40% projetam a criação de uma a cinco vagas de emprego, reforçando a relevância do empreendedorismo feminino como impulsionador do desenvolvimento econômico e social.

Portanto, é fundamental que o tema seja debatido e que sejam criadas iniciativas que incentivem o crescimento do setor, seja por meio de políticas públicas ou da colaboração com a iniciativa privada. O investimento no empreendedorismo feminino na confeitaria artesanal pode gerar melhorias para o setor, aumentando a qualidade dos produtos, gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento do comércio em Alenquer.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceitos e definições

O empreendedorismo é um conceito que vai além da simples criação de empresas. Ele envolve a identificação e a exploração de oportunidades, a capacidade de inovar, assumir riscos e transformar ideias em soluções concretas que agregam valor à sociedade. Segundo Dornelas (2008, p. 22), “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.” Essa definição destaca o aspecto dinâmico e coletivo do ato de empreender, evidenciando que o sucesso não está apenas na ideia, mas principalmente em sua execução.

Além da perspectiva de inovação e criação de valor, o empreendedorismo também é visto como um agente impulsionador de mudanças econômicas e sociais. Para Freitas e Rocha (2014, p. 18), “o sujeito empreendedor é aquele que não mede esforços para abrir e administrar seu próprio negócio, gerando emprego e renda para a sociedade.” Essa visão ressalta o papel do empreendedor como um protagonista do desenvolvimento local, capaz de criar impacto positivo não apenas em sua trajetória pessoal, mas também em seu entorno.

Contudo, o empreendedorismo não se limita à abertura de empresas formais. Ele pode estar presente em diversas formas de atuação, como no intraempreendedorismo — quando o profissional empreende dentro de uma organização — ou no empreendedorismo social, que tem como foco principal a solução de problemas coletivos. Em todas essas modalidades, estão presentes características comuns ao espírito empreendedor, como a proatividade, a busca por oportunidades e a disposição para enfrentar desafios com criatividade e resiliência.

O ato de empreender também está intimamente ligado à capacidade de adaptação às transformações do mercado e às necessidades da sociedade. Em um cenário de constantes mudanças tecnológicas, culturais e econômicas, o empreendedor se torna alguém que enxerga possibilidades onde muitos veem apenas obstáculos. Ele é movido por uma inquietação criativa,

que o leva a inovar, a resolver problemas e a propor novos caminhos para velhas questões. Assim, o empreendedorismo se configura como uma ferramenta poderosa de reinvenção e crescimento pessoal e coletivo.

Por fim, é importante compreender que o empreendedorismo não é um dom inato, mas sim uma competência que pode ser desenvolvida por qualquer pessoa disposta a aprender, experimentar e persistir. Cursos, mentorias, redes de apoio e políticas públicas voltadas ao estímulo do empreendedorismo são fundamentais para democratizar o acesso a esse universo e possibilitar que mais indivíduos, especialmente os historicamente marginalizados, possam se tornar protagonistas de suas histórias. Dessa forma, empreender é, antes de tudo, um ato de coragem, planejamento e visão de futuro.

2.2 Características do Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo feminino tem se consolidado como uma poderosa ferramenta de liberdade econômica e individual, permitindo às mulheres transformar sonhos em realidade, desenvolver autoconhecimento e alcançar a autorrealização. Por meio dele, muitas mulheres ressignificam suas trajetórias, impactam suas comunidades e se tornam agentes de transformação social. Segundo o programa *Elas Empreendem* (2024, p. 14), as mulheres empreendedoras se destacam por sua criatividade, determinação e força, sendo as que mais investem na família, na educação dos filhos e na geração de empregos — especialmente para outras mulheres —, tornando-se referências em seus círculos sociais.

No Brasil, o empreendedorismo feminino vem ganhando destaque, sobretudo em áreas relacionadas à criatividade, alimentação e prestação de serviços. Um exemplo expressivo é a confeitaria artesanal, que tem proporcionado a muitas mulheres oportunidades de gerar renda, conquistar autonomia financeira e construir uma identidade profissional. Conforme aponta o Sebrae (2021), esse segmento tem sido porta de entrada para empreendimentos iniciados, muitas vezes, por necessidade — como em casos de desemprego, maternidade ou dificuldade de inserção no mercado formal — mas que, com o tempo, se consolidam como fontes de realização pessoal e estabilidade financeira.

Ainda segundo o Sebrae, o ambiente empresarial é desafiador para as mulheres, que enfrentam adversidades e precisam constantemente provar sua capacidade. Nesse cenário, destacam-se habilidades que fazem a diferença na gestão dos negócios, como criatividade, empatia, organização, agilidade, determinação, precisão e sensibilidade — qualidades que influenciam diretamente as decisões e a liderança.

Apesar dessas competências, as mulheres empreendedoras ainda lidam com obstáculos significativos, como o preconceito, a sobrecarga de responsabilidades entre a vida pessoal e profissional, o medo do fracasso e o receio de serem julgadas. Jonathan (2005) observa que as brasileiras, embora por vezes inseguras em relação à gestão financeira e ao crescimento empresarial, demonstram coragem, foco e resiliência. São capazes de conciliar múltiplos papéis — de empreendedoras, mães e esposas — o que fortalece sua autoestima e proporciona satisfação pessoal, autonomia e liberdade para inovar.

2.3 Barreiras Enfrentadas pelas Mulheres Empreendedoras

Mesmo com os avanços, as empreendedoras ainda enfrentam inúmeras barreiras que dificultam o desenvolvimento e a expansão de seus negócios. Um dos principais entraves é o acesso ao crédito. De acordo com o *Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil* (2024, p. 22), muitas mulheres têm pedidos de financiamento negados devido a preconceitos de gênero, falta de garantias ou ausência de histórico de crédito. A situação se agrava quando as empreendedoras não possuem bens em seu nome ou vínculo empregatício formal, dificultando ainda mais a obtenção de recursos para iniciar ou ampliar seus negócios.

Além disso, dados da PNADC de 2021 revelam que as mulheres microempreendedoras dedicam, em média, 17% menos tempo aos seus negócios em comparação com os homens, em razão da sobrecarga com as tarefas domésticas e familiares. Essa dupla jornada aumenta o cansaço e o estresse, limitando o tempo disponível para a capacitação em áreas fundamentais, como gestão e finanças.

Segundo um estudo do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP), por meio da Estratégia *Elas Empreendem*, 95% dos negócios liderados por mulheres no Brasil ainda não alcançaram faturamento superior a seis dígitos anuais. Entre os principais desafios enfrentados, destacam-se:

- **Acesso ao crédito:** Cerca de 42% das empreendedoras tiveram seus pedidos de crédito negados, muitas vezes por falta de garantias, histórico formal ou preconceito de gênero.
- **Desigualdade de rendimento:** Mulheres empreendedoras ganham, em média, 21% menos que os homens exercendo as mesmas funções.
- **Dupla jornada:** As tarefas domésticas e familiares consomem parte significativa do tempo das mulheres, reduzindo sua dedicação ao negócio em até 17%. A ausência de uma rede de apoio agrava essa realidade, sobretudo para as chefes de família.

- Desigualdade racial: A formalização dos negócios também evidencia disparidades. Apenas 24% das mulheres negras possuem empreendimentos formalizados, enquanto entre as mulheres brancas esse número chega a 41%.

Diante desses desafios, é fundamental fortalecer políticas públicas, redes de apoio, linhas de crédito inclusivas e programas de capacitação voltados ao empreendedorismo feminino, para garantir às mulheres as condições necessárias para prosperarem e transformarem suas vidas — e, por consequência, a sociedade como um todo.

2.4 Economia Amazônica e Suas Especificidades

A economia da Amazônia possui particularidades que a diferenciam de outras regiões do Brasil. Sua vasta extensão territorial, baixa densidade populacional, ampla diversidade étnica e cultural e a predominância de ecossistemas frágeis tornam indispensável a adoção de modelos de desenvolvimento que equilibrem crescimento econômico, conservação ambiental e justiça social. Conforme analisa Becker (2005), essas singularidades demandam estratégias integradas que levem em conta não apenas a produtividade econômica, mas também a valorização das populações tradicionais e o uso sustentável dos recursos naturais.

Segundo o IBGE (2022), a realidade socioeconômica de muitos municípios amazônicos ainda é marcada por desafios significativos: altos índices de pobreza, baixos níveis de escolaridade, precariedade na oferta de serviços essenciais como saúde, saneamento básico e transporte, além de infraestrutura urbana limitada. A informalidade é predominante no mercado de trabalho, e grande parte da população depende de programas de transferência de renda, como o Bolsa Família, para garantir a subsistência. Esses fatores acentuam a vulnerabilidade social da região e limitam as possibilidades de ascensão econômica da população local.

Dentro desse contexto, as mulheres desempenham um papel crucial, seja como chefes de família, produtoras rurais, empreendedoras ou lideranças comunitárias. No entanto, sua atuação é atravessada por múltiplos desafios, que vão desde a sobrecarga de responsabilidades até formas graves de violência, como o feminicídio, o tráfico humano e o assédio. A resistência de muitas instituições em promover políticas públicas eficazes também contribui para a manutenção de desigualdades de gênero e sociais. Ainda assim, as mulheres amazônicas têm se destacado por sua capacidade de organização, mobilização e geração de renda, sobretudo por meio do empreendedorismo (Jornada Amazônia, 2025).

O empreendedorismo feminino, nesse cenário, surge como uma ferramenta transformadora, que transcende a esfera econômica. Ele contribui diretamente para a igualdade de gênero, o fortalecimento da autonomia das mulheres e a redução da violência doméstica, ao possibilitar que muitas se tornem financeiramente independentes. De acordo com dados do Sebrae (2021), a região Norte contabiliza 720.542 mulheres empreendedoras, com o estado do Pará liderando o número absoluto, somando 376.366 empreendedoras. O *Global Entrepreneurship Monitor* (2014) já apontava que, na região Norte, as mulheres são proporcionalmente mais ativas em atividades empreendedoras iniciais do que os homens, com uma taxa de 20,8% — superior à média nacional de 17,5%. Esses dados reforçam o potencial de mercado e a força econômica do empreendedorismo feminino amazônico.

Apesar do protagonismo, essas mulheres ainda enfrentam uma realidade permeada por desigualdades estruturais. A cultura patriarcal, a violência doméstica, o machismo e a misoginia persistem como barreiras cotidianas, especialmente nas comunidades mais isoladas. Ainda assim, ao empreenderem, muitas mulheres não apenas conquistam sua liberdade financeira, mas também rompem com ciclos de dependência e abuso, reconstruindo sua autoestima e ocupando espaços de poder e visibilidade antes negados. Seus negócios se tornam, muitas vezes, não apenas meios de subsistência, mas também instrumentos de transformação pessoal e coletiva.

2.5 Participação das Mulheres no Mercado de Trabalho da Região

A presença das mulheres no mercado de trabalho da região Norte do Brasil é um reflexo direto das transformações sociais, econômicas e culturais ocorridas nas últimas décadas. Apesar dos avanços em termos de ocupação e geração de renda, ainda há desafios significativos relacionados à informalidade, à desigualdade de gênero e ao acesso a oportunidades. A região amazônica, por suas especificidades geográficas e estruturais, impõe obstáculos particulares à plena inserção das mulheres na economia formal, o que faz com que o empreendedorismo se apresente como uma alternativa viável e crescente para elas.

O ambiente econômico da região é marcado por contrastes. Ao mesmo tempo em que possui uma das maiores biodiversidades do mundo e vasto potencial de desenvolvimento sustentável, a Amazônia enfrenta carências em infraestrutura, transporte, saneamento e acesso à educação de qualidade. Esses fatores impactam diretamente a realidade das mulheres, especialmente nas áreas rurais e ribeirinhas, onde a oferta de empregos formais é escassa e muitas vezes incompatível com as demandas familiares e comunitárias que recaem sobre elas.

Nessas condições, o empreendedorismo feminino tem se destacado como um caminho estratégico para a autonomia financeira. Muitas mulheres iniciam pequenos negócios a partir de suas próprias habilidades e conhecimentos — como culinária, artesanato, agricultura familiar, estética e costura — utilizando os recursos disponíveis em suas comunidades. Esses empreendimentos, geralmente informais, garantem o sustento de suas famílias e fortalecem a economia local, mesmo que muitas vezes não sejam reconhecidos ou apoiados institucionalmente.

Segundo o relatório *Elas Empreendem* (2024), o empreendedorismo por necessidade é predominante entre as mulheres do Norte e Nordeste, sobretudo entre aquelas com menor nível de escolaridade. Essa realidade evidencia a precariedade das estruturas de emprego nessas regiões, mas também a força e a criatividade dessas mulheres, que se reinventam diante das adversidades para garantir sua sobrevivência e dignidade. Ainda que motivado por dificuldades, esse tipo de empreendedorismo tem gerado resultados positivos, tanto em termos econômicos quanto sociais.

Outro ponto relevante é a diversidade cultural e étnica que compõe o perfil das empreendedoras amazônicas. Muitas delas são mulheres pretas, pardas, indígenas, quilombolas ou ribeirinhas, cujas práticas empreendedoras estão enraizadas em saberes ancestrais e na valorização do território. Esse diferencial, embora pouco explorado pelas políticas públicas, oferece grande potencial para o desenvolvimento de um modelo de economia solidária, sustentável e voltado à valorização da cultura local.

Contudo, a participação das mulheres no mercado de trabalho regional ainda está atravessada por inúmeros desafios. A ausência de políticas públicas voltadas para a equidade de gênero, o acesso restrito a crédito e capacitação, e a falta de incentivo à formalização de seus negócios limitam seu crescimento econômico. A informalidade, que é expressiva na região, impede que muitas mulheres tenham acesso a benefícios previdenciários, segurança jurídica e possibilidades de expansão de seus empreendimentos.

A sobrecarga da dupla ou tripla jornada é outro fator limitador. A maioria das mulheres empreendedoras também são responsáveis pelo cuidado dos filhos, da casa e, muitas vezes, de outros membros da família. Essa multiplicidade de funções compromete o tempo e a energia disponíveis para se dedicar ao negócio, além de dificultar a participação em cursos, redes de apoio e processos de qualificação. A ausência de políticas de cuidado infantil acessível e de qualidade aprofunda esse cenário de desigualdade.

Além disso, o machismo estrutural e a cultura patriarcal ainda estão fortemente presentes em muitos contextos amazônicos. Muitas mulheres enfrentam resistência de seus

próprios familiares ou companheiros ao buscar independência financeira. Outras convivem com o medo do julgamento social ou da violência doméstica, o que as impede de avançar em seus projetos. Mesmo diante dessas barreiras, diversas empreendedoras resistem e conquistam sua autonomia, tornando-se referências em suas comunidades.

O reconhecimento da importância do empreendedorismo feminino na região é essencial para o desenvolvimento de políticas públicas mais inclusivas. A promoção de linhas de crédito específicas para mulheres, programas de capacitação técnica e gerencial, incentivo à formalização e acesso a redes de comercialização são medidas fundamentais para fortalecer esse segmento. Além disso, é necessário considerar as especificidades culturais e territoriais da região Norte, adaptando as políticas à realidade das empreendedoras amazônicas.

A participação das mulheres no mercado de trabalho da Amazônia, portanto, vai muito além da geração de renda. Ela representa um movimento de resistência, inovação e transformação social. Ao conquistar espaços produtivos, as mulheres não apenas garantem a própria subsistência, mas também promovem o desenvolvimento de suas comunidades, fortalecem suas redes de apoio e rompem ciclos históricos de exclusão. Investir em seu potencial é investir em um modelo de crescimento mais justo, sustentável e equitativo para toda a região.

3. METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, por buscar compreender, a partir da ótica das próprias participantes, as experiências, desafios e motivações das mulheres empreendedoras que atuam na confeitaria artesanal no município de Alenquer, estado do Pará. A escolha por essa abordagem se justifica pela necessidade de aprofundar a compreensão da realidade social dessas mulheres, considerando os aspectos subjetivos e contextuais que envolvem seu cotidiano empreendedor.

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário estruturado, contendo perguntas abertas e fechadas, elaboradas especificamente para este estudo com base nos objetivos propostos. As perguntas abertas permitiram uma escuta mais livre e interpretativa das experiências das participantes, enquanto as fechadas possibilitaram a obtenção de informações objetivas que facilitam a caracterização do perfil das empreendedoras. O questionário teve como foco investigar aspectos como: trajetória no empreendedorismo, motivações para atuar na confeitaria artesanal, dificuldades enfrentadas, estratégias de gestão e impactos percebidos em sua vida pessoal e na comunidade.

O público-alvo da pesquisa foi composto por mulheres empreendedoras que mantêm negócios ativos de confeitaria artesanal na cidade de Alenquer. A seleção das participantes foi realizada por amostragem não probabilística por conveniência, considerando aquelas empreendedoras que se mostraram acessíveis, disponíveis e interessadas em colaborar com o estudo. Ao todo, foram entrevistadas 10 participantes, número considerado suficiente para alcançar a saturação dos dados e atender aos objetivos exploratórios propostos.

A coleta de dados ocorreu no período de 20 a 23 de junho de 2025, por meio de plataformas digitais. Cada participante recebeu o questionário individualmente via aplicativo WhatsApp, utilizando a ferramenta Google Forms como meio de registro e organização das respostas. A opção pelo formato on-line se deu em virtude da facilidade de acesso, agilidade no processo e respeito à rotina das empreendedoras, considerando suas múltiplas jornadas e limitações de tempo.

Para a análise dos dados obtidos, foi utilizada a análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016), permitindo identificar os principais temas emergentes nas falas das participantes, bem como categorias como dificuldades enfrentadas, estratégias de superação, motivações, percepções sobre o negócio e impactos sociais e econômicos gerados pelo empreendedorismo. A análise visou interpretar os significados atribuídos pelas empreendedoras às suas vivências, respeitando o contexto local e sociocultural no qual estão inseridas.

Do ponto de vista ético, todos os cuidados foram tomados para garantir a integridade, o respeito e a confidencialidade das participantes. Elas foram previamente informadas sobre os objetivos do estudo, os procedimentos metodológicos, a forma de utilização dos dados e os princípios de voluntariedade e anonimato. As participantes manifestaram concordância com a participação na pesquisa por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), atendendo aos preceitos da Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde, que trata sobre pesquisas envolvendo seres humanos na área das ciências humanas e sociais.

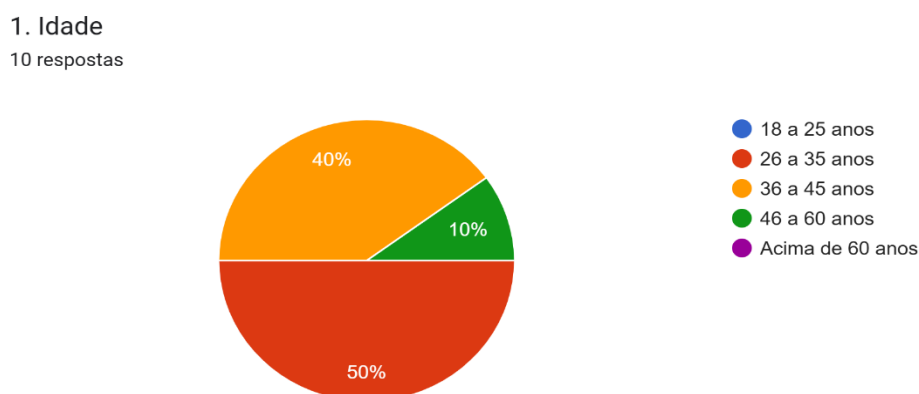
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa contou com a participação de 10 mulheres empreendedoras do ramo de confeitaria artesanal no município de Alenquer (PA), selecionadas por amostragem não probabilística por conveniência, com base na disponibilidade e no interesse das participantes em contribuir com o estudo. Os dados foram coletados por meio de um questionário on-line, elaborado no Google Forms, contendo perguntas abertas e fechadas, com o intuito de

compreender os desafios, benefícios, impactos e perspectivas dessas mulheres no exercício de suas atividades empreendedoras.

Os resultados obtidos respondem de forma direta ao objetivo da pesquisa: compreender o impacto da confeitaria artesanal na vida das mulheres empreendedoras de Alenquer, além de evidenciar lacunas e potenciais melhorias em políticas públicas voltadas ao empreendedorismo feminino local. A seguir, são discutidos os principais dados obtidos por meio de gráficos, seguidos de análises qualitativas.

Gráfico 1: Idade das participantes



O Gráfico 1 demonstra que as empreendedoras estão majoritariamente concentradas na faixa etária entre 25 e 45 anos, correspondendo a um período de alta produtividade e de múltiplas responsabilidades sociais, como cuidado com os filhos, trabalho e, em muitos casos, educação.

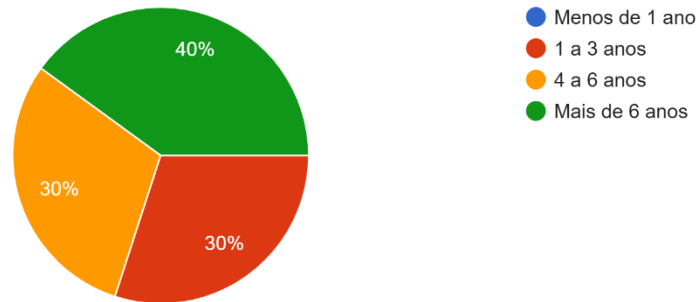
Gráfico 2: Filhos e Dependentes

No (gráfico 2) foi possível observar que um total de 100% das entrevistadas possui filhos ou dependentes familiares, indicando a vivência de uma dupla jornada de trabalho. Esse dado está em consonância com estudos como o da Estratégia Elas Empreendem (MEMP, 2024), que destacam a sobrecarga feminina em empreendimentos conduzidos paralelamente às tarefas domésticas e cuidados familiares.

Gráfico 3: tempo de atuação na confeitaria

3. Há quanto tempo você trabalha na confeitaria artesanal?

10 respostas



Em relação ao tempo de atuação, o Gráfico 3 revela que a maioria das empreendedoras atua há mais de seis anos na confeitaria, o que demonstra não apenas perseverança e consolidação no mercado, mas também o potencial de sustentação econômica dessa atividade ao longo do tempo. Ainda assim, a informalidade persiste como uma realidade presente. O Gráfico 5 mostra que 50% das empreendedoras atuam na informalidade, 40% como renda extra, e apenas 10% possuem empresa formalizada (CNPJ/MEI). Apesar da experiência no setor, a burocracia e a falta de informação e incentivo para a formalização ainda são barreiras significativas.

Gráfico 4: Aprendizado na Confeitaria

4. Como você aprendeu trabalhar na confeitaria?

10 respostas

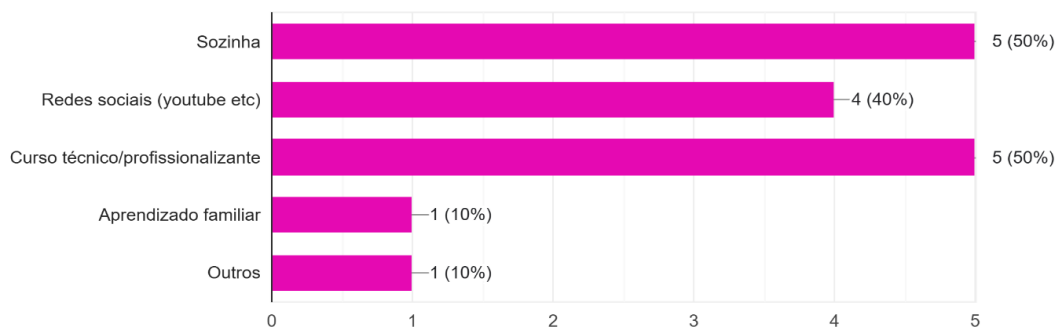
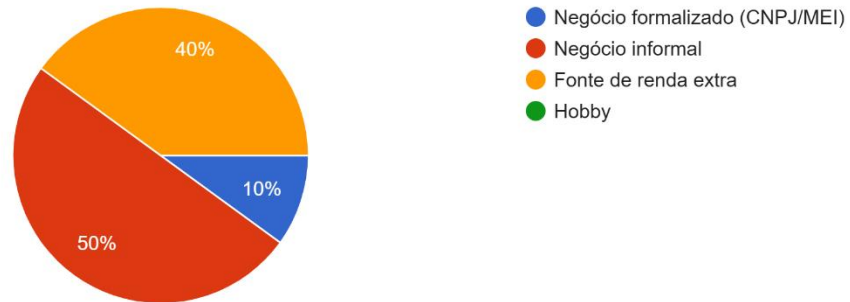


Gráfico 5: Modalidade do Empreendimento

5. Sua empresa é:

10 respostas

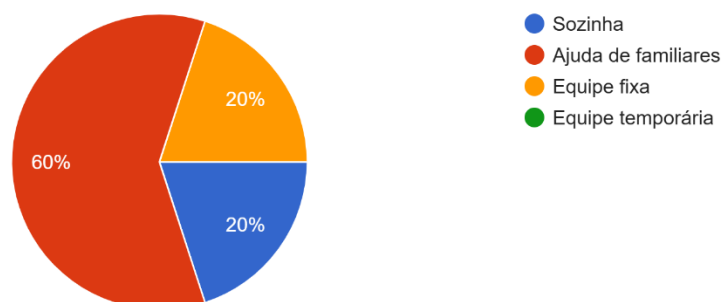


O Gráfico 4, referente ao método de aprendizado da confeitaria, mostra que 50% das participantes aprenderam sozinhas, e 40% por meio de vídeos e conteúdos em redes sociais, como o YouTube. Esse dado revela a forte presença do autodidatismo e do aprendizado informal, apontando para a necessidade de acesso a cursos técnicos gratuitos e capacitação formal, que possam melhorar a qualidade da produção e ampliar as oportunidades de profissionalização.

Gráfico 6: Rede de apoio

6. Você possui rede de apoio ou trabalha sozinha?

10 respostas

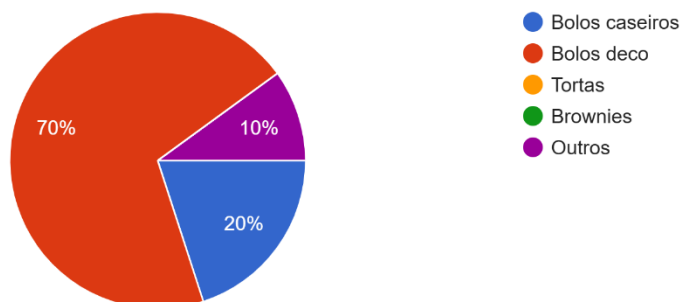


Outro aspecto importante é a rede de apoio, destacada no Gráfico 6. Nele, 60% das entrevistadas afirmaram contar com apoio de familiares, enquanto 20% contam com equipe e 20% trabalham sozinhas. A presença de apoio familiar é crucial para a continuidade dos negócios, mas também revela a carência de estrutura organizacional e de contratação de mão de obra, o que limita o potencial de expansão e geração de empregos.

Gráfico 7: produtos mais vendidos

7. Quais produtos mais vendem?

10 respostas

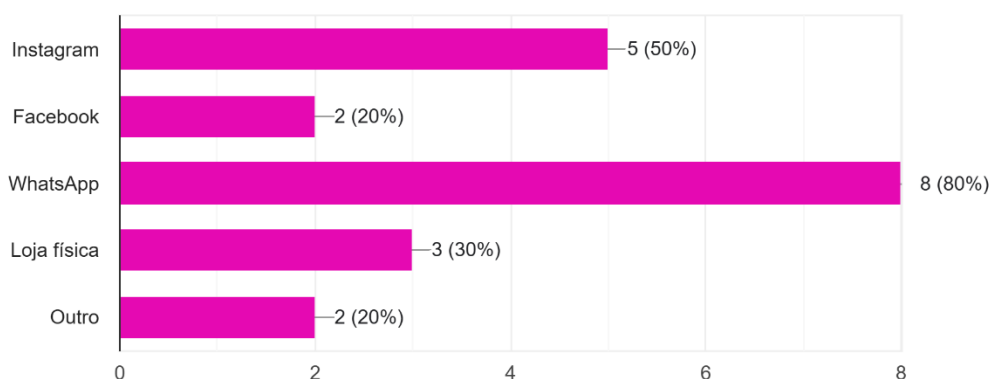


Quanto aos produtos mais comercializados, o Gráfico 7 indica que 70% da produção corresponde a bolos confeitados, seguidos por bolos caseiros (20%) e outros doces (10%). Isso demonstra uma tendência de especialização em produtos de maior valor agregado e demanda. Além disso, conforme o Gráfico 8, as redes sociais, como WhatsApp e Instagram, são os principais canais de comercialização, substituindo lojas físicas e destacando o papel da tecnologia digital como aliada das empreendedoras.

Gráfico 8: canais de comercialização

8. Quais canais você utiliza pra vender seus produtos?

10 respostas



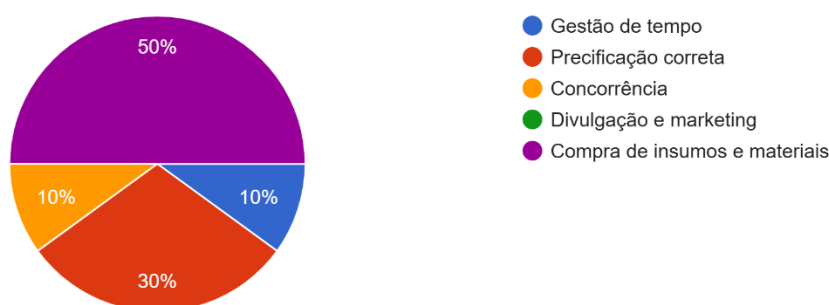
As principais dificuldades enfrentadas estão representadas no Gráfico 9, sendo as mais citadas a aquisição de insumos e a falta de apoio do governo local. A escassez de ingredientes e embalagens específicas na cidade obriga muitas confeitadeiras a adquirirem parte dos materiais em outros municípios, conforme reforçado no Gráfico 14. Essa dependência externa eleva os custos e reduz a competitividade, além de evidenciar a necessidade de melhorias na

infraestrutura comercial local. A ausência de políticas públicas voltadas ao empreendedorismo feminino, assim como linhas de crédito acessíveis, também é um entrave recorrente, em consonância com os achados de Oliveira (2020), que aponta a carência de suporte institucional como barreira central ao crescimento de empreendimentos liderados por mulheres.

Gráfico 9: Desafios da confeitaria

9. Quais os principais desafios que você enfrenta na sua rotina como confeitadora?

10 respostas



Sobre a precificação dos produtos, o Gráfico 10 mostra que 90% das entrevistadas baseiam seus preços em custos e despesas, e apenas 10% na concorrência, demonstrando uma prática consciente e estratégica de formação de preços. Em relação à participação em eventos da área, o Gráfico 11 mostra que 80% já participaram de feiras, oficinas ou encontros da área, ainda que a formação técnica especializada ainda não seja realidade para todas, conforme já discutido anteriormente.

Gráfico 10: precificação dos produtos

10. Como você define o preço dos seus produtos?

10 respostas

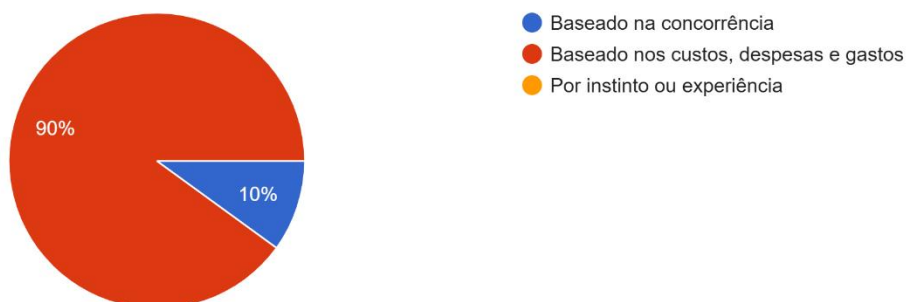
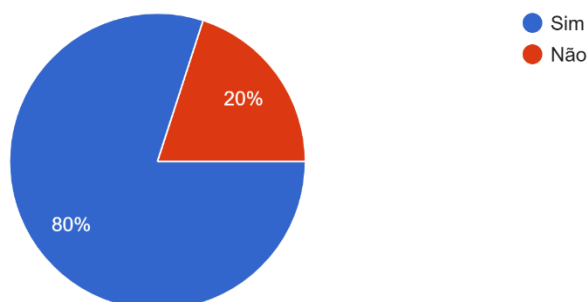


Gráfico 11: capacitações

11. Você já participou de cursos, feiras ou eventos na área?

10 respostas

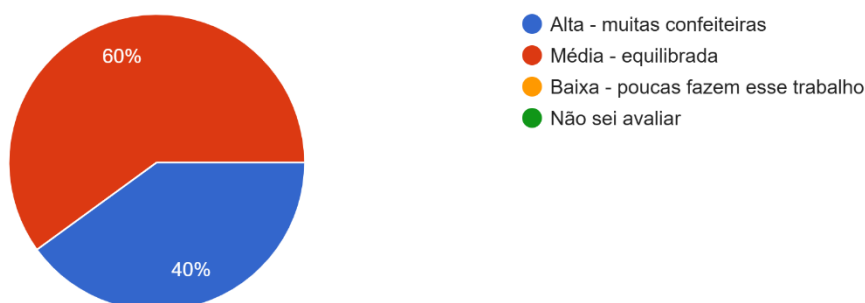


A respeito da concorrência no município, segundo o Gráfico 12, 60% consideram-na média e 40% alta, o que aponta para um mercado relativamente competitivo e em crescimento, com múltiplas confeitarias atuando localmente. Quanto ao controle de gastos, observou-se 60% das empreendedoras anotam seus custos regularmente, enquanto 40% não realizam esse controle de forma sistemática, o que pode comprometer a lucratividade e a organização financeira do negócio.

Gráfico 12: Concorrência

12. Como você avalia a concorrência local?

10 respostas

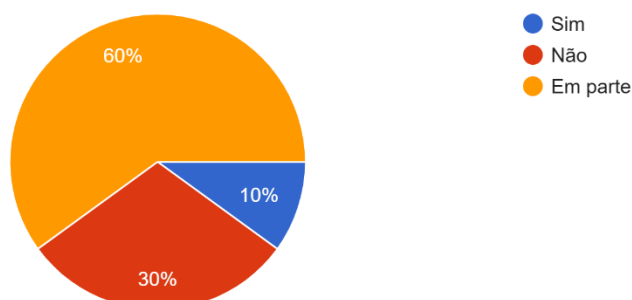


As entrevistadas também afirmam unanimemente ter expectativa de expandir ou formalizar seu negócio futuramente. Esse otimismo está alinhado com os dados do DIEESE (2024), que identificam uma crescente confiança entre microempreendedores informais na possibilidade de crescimento com o apoio de políticas públicas adequadas.

Gráfico 13: Valorização dos produtos pelo mercado local

16. Você acha que o comércio local valoriza produtos artesanais?

10 respostas



Contudo, o Gráfico 13 revela um dado preocupante: apenas 10% das confeitadeiras se sentem plenamente valorizadas, enquanto 60% dizem sentir-se valorizadas “em parte” e 30% não se sentem valorizadas. Isso mostra que, apesar da contribuição econômica e social das empreendedoras, ainda falta reconhecimento, visibilidade e valorização do seu trabalho, o que impacta diretamente sua autoestima e motivação.

Por fim, o Quadro 1 apresenta a renda mensal estimada das participantes. A maioria relatou ganhos mensais entre R\$ 850,00 e R\$ 5.000,00, com variações expressivas entre os casos, evidenciando as diferentes fases e portes dos empreendimentos. Mesmo com essa heterogeneidade, todas as entrevistadas afirmaram que seus negócios trazem retorno financeiro e contribuem para a renda familiar, reforçando o papel da confeitaria artesanal como ferramenta de autonomia e empoderamento econômico.

Empreendedoras	Valor da renda mensal (R\$)
Entrevistada 01	1.500,00
Entrevistada 02	1.200,00
Entrevistada 03	2.500,00
Entrevistada 04	Não soube informar
Entrevistada 05	3.500,00
Entrevistada 06	5.000,00
Entrevistada 07	5.000,00
Entrevistada 08	850,00
Entrevistada 09	Não soube informar
Entrevistada 10	1.200,00

Fonte: autor,2025

4.1 Considerações das Participantes

Na última questão aberta, as entrevistadas foram convidadas a opinar sobre o que poderia ser melhorado no comércio local para apoiar seus empreendimentos. As sugestões foram diversas, mas convergiram em pontos comuns, como:

- Maior variedade de insumos e embalagens no comércio local;
- Capacitação técnica gratuita oferecida pelo poder público;
- Redução dos preços de ingredientes e incentivos fiscais;
- Criação de programas específicos para microempreendedoras mulheres;
- Valorização do trabalho artesanal e visibilidade para os negócios locais.

Algumas respostas ilustram bem essas demandas:

“Mais oportunidades no mercado.”

“Seria maravilhoso ter um dia de promoção só para confeitadeiras.”

“Mais apoio dos governantes.”

“Que baixassem o preço dos ingredientes.”

Essas falas refletem a necessidade de políticas públicas mais inclusivas, sensíveis às realidades das mulheres empreendedoras, e que fomentem não apenas a sobrevivência de seus negócios, mas também a sua valorização enquanto agentes econômicas ativas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, ao investigar a realidade de mulheres empreendedoras da confeitaria artesanal no município de Alenquer, revelou aspectos relevantes que não apenas confirmam o referencial teórico adotado, como também oferecem contribuições importantes para o entendimento do empreendedorismo feminino em contextos periféricos e ribeirinhos.

Um dos principais achados diz respeito à elevada taxa de informalidade entre as entrevistadas, alinhando-se aos dados do IBGE (2021), que indicam que grande parte dos trabalhadores autônomos no Brasil ainda atua fora da legalidade formal. Mesmo com a consolidação de muitas dessas empreendedoras no mercado local, a ausência de CNPJ ou registro como MEI limita o acesso a direitos, benefícios e políticas públicas voltadas ao microempreendedorismo.

Apesar dos inúmeros desafios relatados — como a escassez de insumos no comércio local, os custos elevados de deslocamento para aquisição de materiais, a falta de crédito e a sobrecarga da dupla jornada entre o trabalho e os cuidados familiares —, as participantes demonstraram resiliência, criatividade e capacidade de reinvenção. Tais características confirmam as evidências trazidas pelo programa *Elas Empreendem* (2024), que destacam a

empatia, organização e sensibilidade como atributos marcantes da liderança feminina no empreendedorismo.

As especificidades geográficas e logísticas de Alenquer, por ser um município ribeirinho da região amazônica, impõem obstáculos adicionais ao desenvolvimento econômico das empreendedoras. A limitação de acesso a cursos de capacitação técnica e a carência de políticas públicas direcionadas agravam esse cenário, tornando evidente a necessidade de investimentos em formação e infraestrutura local.

No entanto, o estudo também evidenciou aspectos positivos. Muitas confeitadeiras conseguiram conquistar um espaço significativo no comércio local, fortalecendo vínculos com seus clientes e utilizando, inclusive, insumos regionais como diferencial competitivo. Esse comportamento empreendedor reforça a importância da valorização da cultura local e da adaptação às demandas do consumidor.

Outro ponto de destaque foi o desejo comum entre as participantes de expandir e formalizar seus negócios, mesmo diante das dificuldades enfrentadas. A formalização, como prevê a Lei Complementar 128/2008, representa não apenas uma oportunidade de crescimento e acesso ao crédito, mas também de reconhecimento legal e fortalecimento institucional do trabalho feminino autônomo. Contudo, os entraves burocráticos e o receio quanto à estabilidade financeira inicial ainda se colocam como barreiras a serem superadas.

Por fim, os dados obtidos reiteram que o empreendedorismo feminino em Alenquer exerce um papel social transformador, contribuindo não apenas para a geração de renda, mas também para o fortalecimento da autoestima, da autonomia e da participação ativa das mulheres na economia local. Como já evidenciado por Jonathan (2005), o empreendedorismo, especialmente em comunidades periféricas e interioranas, atua como um instrumento de empoderamento e ruptura de ciclos históricos de dependência e vulnerabilidade.

Dessa forma, conclui-se que, para que essas empreendedoras alcancem melhores condições de desenvolvimento, torna-se essencial a criação de políticas públicas voltadas à capacitação técnica, à inclusão digital, ao acesso ao microcrédito, à formalização e ao suporte logístico, por exemplo, uma consultoria através da sala do Sebrae, criação de uma cooperativa para melhor representatividade das confeitadeiras de Alenquer e, conseqüentemente, o fortalecimento desse segmento para obtenção de recursos e a busca por melhores condições de trabalho, uma vez que, valorizar suas trajetórias e potencializar suas iniciativas significa investir no desenvolvimento sustentável e na equidade social de Alenquer.

REFERÊNCIAS

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. 2021. p. 101.

SEBRAE. Empreendedorismo. Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino> Acesso em: 22 jun.2025.

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

ACADEMIA DE NEGÓCIOS BUNGE. Como a mulher empreendedora movimenta o setor de confeitaria. 2024. Disponível em: <https://www.academiadenegociosbunge.com.br/public/publication/como-a-mulher-empreendedora-movimenta-o-setor-de-confeitaria>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

AGÊNCIA SEBRAE. As características das mulheres empreendedoras. 2023. Disponível em: <https://rr.agenciasebrae.com.br/dados/as-caracteristicas-das-mulheres-empreendedoras>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

BECKER, Bertha K. Geopolítica da Amazônia. Estudos Avançados, v. 19, n. 53, p. 71-86, 2005.

BRASIL. Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Dia Internacional do Empreendedorismo Feminino: estudo revela desafios e oportunidades para mulheres empreendedoras. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/memp/pt-br/assuntos/noticias/dia-internacional-do-empreendedorismo-feminino-estudo-revela-desafios-e-oportunidades-para-mulheres-empreendedoras>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

BRASIL. Programa Elas Empreendem. Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil. Brasília: Governo Federal, 2024.

FREITAS, E.; ROCHA, F. Empreendedorismo e gestão de negócios. São Paulo: Atlas, 2014. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 21 jun. 2025.

JONATHAN, Ana Cláudia. Mulheres empreendedoras no Brasil: um perfil de sucesso. Revista Gestão & Desenvolvimento, v. 2, n. 1, p. 10-25, 2005. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370/1523>>. Acesso em: 21 jun. 2025.

JORNADA AMAZÔNIA. Empreendedorismo feminino de impacto na Amazônia. 2023. Disponível em: <https://jornadaamazonia.org.br/empreendedorismo-feminino-de-impacto-na-amazonia>>. Acesso em: 22 jun. 2025.

LIMA, Juliana Ferreira. Empreendedorismo feminino e trabalho informal: histórias de mulheres na gastronomia artesanal. 2020. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino: dados e tendências. Brasília: SEBRAE, 2021.

SEBRAE. Relatório de empreendedorismo 2022. Brasília: SEBRAE, 2022.

BRASIL, Lei Complementar n.128/2008. Senado Federal. Disponível em:
<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm.> Acesso em: 22 jun.2025.