

**Ana Bheatriz Azevedo da Silva Santos<sup>1</sup>;**

Faculdade Anhanguera, Itabuna, Bahia.

<https://orcid.org/0009-0007-5468-0776>

**André dos Santos<sup>2</sup>;**

Faculdade Anhanguera, Itabuna, Bahia.

<https://orcid.org/0009-0004-8870-9803>

**Esther Távora Santana<sup>3</sup>;**

Faculdade Anhanguera, Itabuna, Bahia.

<https://orcid.org/0009-0008-7046-1212>

**Emanuel da Silva Pinto<sup>4</sup>;**

Faculdade Anhanguera, Itabuna, Bahia.

<https://orcid.org/0009-0006-7639-874X>

**Jesrael Eber Conceição Vieira<sup>5</sup>;**

Faculdade Anhanguera, Itabuna, Bahia.

<https://orcid.org/0009-0000-6132-0903>

**Marcella Silva dos Santos<sup>6</sup>;**

Faculdade Anhanguera, Itabuna, Bahia.

<https://orcid.org/0009-0000-4072-8627>

**Orientador - Phelippe Moura da Silva<sup>7</sup>.**

Faculdade Anhanguera, Itabuna, Bahia.

<http://lattes.cnpq.br/5783229403444247>

**RESUMO:** Este artigo explora o papel da criatividade no empreendedorismo feminino, enfatizando como essa habilidade é essencial para a geração de ideias e soluções que beneficiam a sociedade. Com foco no contexto brasileiro, a pesquisa destaca a crescente participação feminina no mercado, que, segundo o SEBRAE, já representa 53% dos novos negócios no país. O estudo examina o impacto da criatividade no sucesso de empreendimentos, apresentando exemplos de empresárias baianas que transformaram suas ideias em negócios de destaque. O caso de Lara Stefhany Oliveira Silva, fundadora

da marca L'amour, é destacado pela inovação ao desenvolver peças de moda hospitalar que atendem tanto profissionais de saúde quanto outros setores. A metodologia incluiu uma revisão bibliográfica e uma entrevista com a fundadora da empresa, que compartilha perspectivas sobre o mercado e as dificuldades enfrentadas no empreendedorismo feminino, como o acesso limitado a crédito e redes de apoio. Este artigo ressalta a importância de políticas públicas para incentivar o empreendedorismo feminino, promovendo um desenvolvimento econômico e social mais equitativo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo Feminino. Criatividade. Iniciativa Empresarial.

## FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN FASHION RETAIL: THE CASE OF L'AMOUR

**ABSTRACT:** This article explores the role of creativity in female entrepreneurship, emphasizing how this skill is essential for generating ideas and solutions that benefit society. Focusing on the Brazilian context, the survey highlights the growing female participation in the market, which, according to SEBRAE, already represents 53% of new businesses in the country. The study examines the impact of creativity on the success of ventures, presenting examples of Bahian entrepreneurs who transformed their ideas into prominent businesses. The case of Lara Stefhany Oliveira Silva, founder of the L'amour brand, is highlighted for her innovation in developing hospital fashion pieces that serve both health professionals and other sectors. The methodology included a literature review and an interview with the company's founder, who shares perspectives on the market and the difficulties faced in female entrepreneurship, such as limited access to credit and support networks. This article highlights the importance of public policies to encourage female entrepreneurship, promoting more equitable economic and social development.

**KEY-WORDS:** Female Entrepreneurship. Creativity. Business Initiative.

### INTRODUÇÃO

A criatividade é uma habilidade essencial que se refere à capacidade de imaginar, gerar novas ideias e criar soluções inovadoras. Ela pode ser compreendida como uma interação entre o pensamento e a concretização de algo no mundo real. No campo do empreendedorismo, por sua vez, a criatividade desempenha um papel vital, já que o empreendedorismo envolve a identificação de problemas, o desenvolvimento de soluções e a implementação de ações que beneficiem a sociedade como um todo. Esse processo pode ocorrer por meio de projetos, negócios ou transformações que impactem diretamente a vida das pessoas.

Como referência há a Sandra Chayo que é sócia e Diretora de Estilo e Marketing do Grupo *HOPE*, uma das maiores marcas de lingerie do país. Onde seu primeiro grande

projeto na *HOPE* foi o reposicionamento da marca, no qual implementou estratégias inovadoras que transformam os pilares de produto e marketing (SEBRAE, 2024).

O sucesso no universo do empreendedorismo feminino depende da capacidade de inovar e transformar. Empreendedores criativos possuem uma habilidade ímpar para formular novas teorias, desenvolver produtos diferenciados, produzir conteúdos envolventes e propor soluções inovadoras. Além disso, a criatividade permite adquirir conhecimentos, avaliar o desenvolvimento de habilidades e fomentar a iniciativa, fatores essenciais para capturar e cativar o público-alvo.

O empreendedorismo feminino tem ganhado cada vez mais destaque no Brasil, impulsionado por diversos fatores, como a busca por autonomia, a necessidade de complementar a renda familiar e a identificação de oportunidades de mercado. Dados do SEBRAE, 2024, mostram que a participação das mulheres em novos negócios é expressiva, chegando a 53% dos empreendimentos em estágio inicial (AMORIM e BATISTA, 2012).

Esses números refletem não só a crescente presença feminina no mercado de trabalho, mas também uma mudança de comportamento na sociedade brasileira, que se torna cada vez mais receptiva à figura da mulher empreendedora. No entanto, apesar do avanço, ainda existem desafios a serem superados, como a falta de apoio e incentivos, as dificuldades no acesso ao crédito e a persistência de preconceitos. A superação desses obstáculos é fundamental para que o potencial do empreendedorismo feminino seja plenamente explorado, contribuindo para um desenvolvimento econômico e social mais justo e igualitário (ANTUNES et al., 2022).

Exemplos de empreendedoras baianas demonstram como a criatividade pode ser aplicada ao sucesso empresarial. Monique Evelle, por exemplo, criou uma marca que oferece espumas para drinks e bebidas prontas para consumo, com zero álcool e poucas calorias, visando um público que busca por alternativas saudáveis e criativas. Já Victoria Cintra, fundadora do Grupo Healthy, apostou em um conceito inovador ao abrir o Salad Bar em Salvador, oferecendo uma alimentação saudável e sustentável dentro de um shopping. (CORDEIRO, 2023).

Outro exemplo é Lara, que empreendeu na área da moda hospitalar com sua marca L'amour, oferecendo peças criativas e versáteis que, embora focadas em profissionais da saúde, também atendem a um público diversificado, como manicures, podólogos e recepcionistas. Esses casos mostram como a criatividade pode abrir novos horizontes, possibilitando o sucesso em mercados competitivos.

Este artigo tem como objetivo principal analisar os principais conceitos de empreendedorismo feminino, por meio de uma pesquisa exploratória bibliográfica e documental, estabelecendo uma relação entre esses temas. Também serão apresentados os resultados de uma entrevista, realizada com a empreendedora da L'amour, suas perspectivas sobre empreendedorismo, sobre o mercado, e características da empreendedora. O empreendedorismo, ao ser fundamentado em bases sólidas de inovação, se apresenta

como uma ferramenta essencial para a melhoria das condições de vida de uma população, o que justifica sua priorização em políticas públicas.

## METODOLOGIA

O método de pesquisa adotado neste estudo foi teórico-conceitual, com uma revisão da literatura existente, também conhecida como pesquisa bibliográfica. Segundo Gil (2023), este tipo de pesquisa busca explicar um problema por meio de referenciais teóricos publicados em livros, artigos científicos e outros documentos acadêmicos. O objetivo principal foi investigar a evolução do empreendedorismo, com base na análise de fontes que tratam das principais teorias e práticas associadas a esse campo. Foram selecionados textos que abordam diferentes abordagens teóricas, proporcionando uma visão abrangente do tema.

Além da pesquisa bibliográfica, também foi realizada uma entrevista com o proprietário de uma empresa de roupas cirúrgicas localizada na cidade de Itabuna, Bahia. A entrevista teve como objetivo entender o cenário atual do empreendedorismo na região, bem como obter insights sobre os desafios enfrentados e as perspectivas futuras desse empresário feminino. As perguntas foram direcionadas para explorar a experiência do empreendedor, suas estratégias de inovação e as expectativas de crescimento para o negócio.

## REVISÃO DE LITERATURA

O conceito de empreendedorismo, embora formalizado como campo de estudo apenas no século XX, remonta a tempos antigos. O termo “empreendedor” foi utilizado inicialmente por Richard Cantillon, em 1755, para descrever aqueles que assumiam riscos ao investir em novos negócios (ZEN e FRACASSO, 2008). No entanto, foi a partir da década de 1930 que o economista Joseph Schumpeter destacou o empreendedorismo como um motor de inovação e crescimento econômico, introduzindo o conceito de “destruição criativa”, no qual a inovação substitui práticas obsoletas, promovendo o avanço econômico e social (ZEN e FRACASSO, 2008).

Zen e Fracasso (2008), analisam as mudanças no termo empreendedorismo através de três paradigmas tecnológicos: a Revolução Industrial, o Fordismo e a Tecnologia da Informação. Esses autores identificam quatro tipos de empreendedores — individual, intraempreendedor, coletivo e social —, cada um com motivações e desafios próprios, mas unidos pelo objetivo de criar empreendimentos e impactar o mercado. As pesquisadoras argumentam que o empreendedorismo é um conceito dinâmico e multifacetado, com os empreendedores desempenhando papéis fundamentais como agentes de mudança.

Nas décadas de 1980 e 1990, o avanço da tecnologia da informação e o fenômeno da globalização transformaram profundamente o cenário empresarial, criando oportunidades para empreendedores de variados setores. A partir dos anos 2000, com o surgimento

das startups e da economia digital, o empreendedorismo adquiriu nova dimensão, sendo impulsionado por inovações tecnológicas e pela mudança nos hábitos de consumo. Hoje, tendências de consumo, como produtos personalizados e serviços on-line, são influenciadas diretamente por essas transformações.

No Brasil, o empreendedorismo ganhou força na década de 1990, impulsionado pela abertura econômica e pela necessidade de adaptação ao mercado global. Esse contexto desafiador fomentou o desenvolvimento de práticas empreendedoras inovadoras, permitindo que as empresas se mantivessem competitivas. Fatores como maior acesso à educação e ao financiamento foram cruciais para o crescimento do empreendedorismo, com destaque para a presença crescente de mulheres empreendedoras.

Atualmente, o empreendedorismo é reconhecido como uma força vital na economia moderna, promovendo inovação e criação de empregos. Além de estimular a competitividade no mercado, o empreendedorismo contribui para a adaptação às demandas do consumidor e às tecnologias emergentes, consolidando-se como um motor essencial do desenvolvimento econômico e social.

## **Definição de Empreendedorismo**

O empreendedorismo, de forma geral, pode ser definido como o processo de identificar oportunidades de negócio e mobilizar recursos para criar e desenvolver uma nova empresa ou produto. Essa definição abrange não apenas a criação de novos negócios, mas também a inovação dentro de organizações já estabelecidas, contribuindo para revitalizar essas empresas e aprimorar seus produtos. O empreendedor é, em geral, caracterizado por sua capacidade de assumir riscos calculados, por ser proativo e por adotar uma visão estratégica constante.

Além disso, o empreendedorismo pode ser classificado em diferentes modalidades, cada uma com características e objetivos específicos:

- Empreendedorismo tradicional: Focado na criação de pequenas empresas locais.
- Empreendedorismo social: Direcionado para a resolução de problemas sociais por meio de soluções inovadoras.
- Empreendedorismo corporativo: Praticado dentro de grandes empresas, promovendo inovação e o desenvolvimento de novos projetos.

Essas definições mostram que o empreendedorismo é um fenômeno multifacetado, adaptável às necessidades econômicas e sociais de cada época, ao mesmo tempo em que também influencia essas necessidades em um processo de retroalimentação.

## A Mulher no Empreendedorismo

O papel da mulher no empreendedorismo tem ganhado destaque nos últimos anos, especialmente no Brasil, onde as empreendedoras estão se consolidando como uma força significativa no mercado. Segundo dados do Sebrae (2022), as mulheres representam uma parcela crescente dos novos empreendedores no país, contribuindo para a diversificação e inovação nos negócios. As empreendedoras brasileiras enfrentam desafios específicos, como desigualdades de gênero que podem limitar o acesso a financiamento e a redes de apoio. Ainda assim, muitas têm encontrado formas criativas de superar essas barreiras, criando negócios que não apenas geram lucro, mas também promovem mudanças sociais.

Estudos indicam que as mulheres estão se tornando empreendedoras em taxas mais altas do que os homens em várias partes do mundo, um fenômeno impulsionado por fatores como a busca por autonomia financeira, flexibilidade no trabalho, conciliação de responsabilidades familiares e o enfrentamento do machismo (KANTOR, 2020).

Apesar desse crescimento, as empreendedoras ainda enfrentam desafios significativos, como acesso restrito a financiamento, redes de contato limitadas e preconceitos de gênero, que dificultam o sucesso no ambiente empresarial. Para mitigar esses obstáculos, diversas iniciativas têm sido adotadas globalmente, incluindo programas de capacitação e redes de apoio específicas para mulheres.

Além disso, o empoderamento feminino no empreendedorismo contribui não apenas para a equidade de gênero, mas também para o desenvolvimento econômico sustentável. Estudos mostram que empresas lideradas por mulheres tendem a impactar positivamente as comunidades onde atuam, promovendo práticas empresariais mais inclusivas e responsáveis.

## A Importância do Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo feminino é essencial para o desenvolvimento econômico e social de um país. As mulheres empreendedoras contribuem significativamente para a economia, gerando empregos para si e para outros, expandindo a economia e buscando crescimento pessoal, profissional e financeiro (AMORIM e BATISTA, 2012).

Alguns pontos importantes sobre a importância do empreendedorismo feminino:

- **Crescimento:** No Brasil, as mulheres têm se destacado no cenário empreendedor, com um aumento expressivo de novos negócios liderados por elas. (ANTUNES et al., 2022, AMORIM e BATISTA, 2012)
- **Motivação:** As mulheres empreendem por diferentes razões, como necessidade de complementar a renda familiar, busca por autonomia e realização profissional, e identificação de oportunidades de mercado. (ANTUNES et al. 2022, AMORIM e BATISTA, 2012, ASSUNÇÃO e ANJOS, 2018)

- Impacto: O empreendedorismo feminino impacta positivamente a sociedade, além da geração de empregos, contribuindo para a mudança de paradigmas, inspirando outras mulheres e servindo como exemplo de empoderamento e igualdade de gênero. (ANTUNES et al., 2022, AMORIM e BATISTA, 2012)
- Características: As mulheres empreendedoras, em geral, possuem características que as auxiliam a ter sucesso nos negócios, como sensibilidade, empatia, comprometimento, facilidade de relacionamento, capacidade de lidar com múltiplas responsabilidades, liderança democrática e visão de futuro (ANTUNES et al., 2022, AMORIM e BATISTA, 2012).

Apesar dos avanços, o empreendedorismo feminino ainda enfrenta desafios, como a falta de apoio e incentivos, dificuldades no acesso ao crédito e preconceitos enraizados na sociedade. A superação desses obstáculos é fundamental para que o potencial do empreendedorismo feminino seja plenamente explorado, impulsionando o desenvolvimento econômico e social de forma justa e igualitária (ANTUNES et al., 2022, AMORIM e BATISTA, 2012, ASSUNSSÃO e ANJOS, 2018).

De acordo com verificação do Sebrae, o número de mulheres empreendedoras chegou a 10,3 milhões no terceiro semestre de 2022, enquanto a quantidade de empresárias que geram empregos subiu 30% de 2021 para o ano de 2022. Os números são categóricos, entretanto as mulheres empresárias têm lutas diante do mercado. Apesar da elevação nas contratações, as observações mostram que, na realidade total de negócios administrados por mulheres, nove a cada 10 empreendedoras continuam administrando suas empresas sozinhas.

Alguns dos dados mais relevantes encontrados nos estudos:

- Participação crescente: O número de mulheres empreendedoras tem crescido consideravelmente nos últimos anos. No Brasil, as mulheres representam 53% dos empreendedores em estágio inicial, com menos de 42 meses de existência (ASSUNÇÃO e ANJOS, 2018). Globalmente, em 2002, os novos negócios empreendidos por mulheres não chegavam a 38,4%, mas em 2009 esse índice alcançou 53,4% (AMORIM e BATISTA, 2012);
- Motivações diversas: As mulheres empreendem por uma variedade de razões, incluindo necessidade de complementar a renda familiar, busca por autonomia e realização profissional, e identificação de oportunidades de mercado. No estado de Minas Gerais 62,1% das empreendedoras mineiras o fazem por oportunidade, 30,3% por experiência prévia e 13% devido ao desemprego ou insatisfação no trabalho (ANTUNES et al., 2022, AMORIM e BATISTA, 2012, ASSUNÇÃO, 2018);
- Setores de atuação: As mulheres empreendedoras se concentram

principalmente nos setores de comércio varejista, vestuário, alimentação e serviços. Essa tendência para a área de serviços pode estar relacionada às características do trabalho nesse setor, que exigem maior facilidade de relacionamento interpessoal (AMORIM e BATISTA, 2012, ASSUNÇÃO, 2018);

- **Desafios a serem superados:** As mulheres empreendedoras ainda enfrentam desafios como a falta de apoio e incentivos, dificuldades no acesso ao crédito e preconceitos enraizados na sociedade (ANTUNES et al., 2022 e ASSUNÇÃO e ANJOS, 2018).

Outros dados relevantes:

- **Aumento de famílias chefiadas por mulheres:** O número de famílias chefiadas por mulheres no Brasil aumentou dez vezes entre 1993 e 2006, passando de 3,4% para 14,2%. Esse dado reflete a crescente participação das mulheres no mercado de trabalho e a mudança de comportamento da sociedade brasileira (AMORIM e BATISTA, 2012);
- **Características e estilo de gestão:** As mulheres empreendedoras costumam apresentar características como sensibilidade, empatia, comprometimento, capacidade de lidar com múltiplas responsabilidades e liderança democrática. Essas características influenciam positivamente o ambiente de trabalho e o relacionamento com clientes e colaboradores (ANTUNES et al., 2022, AMORIM e BATISTA, 2012);
- **Impacto na economia:** O empreendedorismo feminino impacta positivamente a economia, gerando empregos, aumentando a renda familiar e contribuindo para o crescimento do PIB (ANTUNES et al., 2022, AMORIM e BATISTA, 2012).

Os estudos analisados demonstram a importância do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento econômico e social, ressaltando a necessidade de políticas públicas e iniciativas que apoiem e incentivem as mulheres a empreender, superando os desafios e explorando o seu potencial para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

## RESULTADOS

A entrevista foi feita por meio de 13 perguntas, estas estão concatenadas em três pontos focais, onde a Lara Stefhany Oliveira Silva discorre sobre sua percepção do que é empreender, sobre o histórico da empresa, e sua visão sobre o negócio.

### **História, Estrutura e Modelo de Negócios da Empresa**

A empresa L'amour foi fundada em 2022, pouco antes da pandemia de COVID-19,



e seu surgimento foi motivado pela identificação de uma lacuna no mercado local em Itabuna, Bahia. Com o objetivo de atender a uma necessidade específica da comunidade, o negócio foi idealizado como uma forma de combinar as paixões pessoais por moda e empreendedorismo. A fundadora, ao observar uma demanda por peças femininas de alta qualidade e design diferenciado, iniciou a produção de blusas com um estilo próprio, focado em oferecer conforto e estilo. O desenvolvimento inicial focou-se em um nicho específico, voltado para mulheres de 18 a 60 anos, o que permitiu que a marca encontrasse seu público-alvo e começasse a construir uma base de clientes leais.

O modelo de negócios da empresa integra tanto a venda online, por meio de plataformas digitais como WhatsApp e site próprio, quanto a venda física. Essa abordagem multicanal permite que a empresa alcance um público diversificado, atendendo tanto consumidores locais quanto clientes de outras regiões. A operação se caracteriza por uma ampla variedade de tecidos, incluindo algodão 100%, tecido de alfaiataria e poliamida, materiais que conferem durabilidade e estilo às peças. O modelo de negócios visa diferenciar-se ao oferecer produtos de qualidade com design adaptado às necessidades do público-alvo, com uma estrutura flexível e orientada para o cliente.

A gestão do estoque ainda é um desafio, especialmente devido ao crescimento das vendas e à expansão para o ambiente digital. O controle de inventário atualmente é realizado manualmente na loja física e no site, mas a empresa planeja a implementação de um sistema digital de gestão, o que otimiza a organização e reduzirá erros de controle. Esse investimento em tecnologia é visto como uma etapa essencial para sustentar o crescimento e garantir um atendimento mais eficaz e ágil. Com esse modelo de negócios estruturado e a visão de expansão, a empresa se posiciona estrategicamente para consolidar-se no mercado.

## **Conceito de Empreendedorismo e Perfil do Empreendedor**

O conceito de empreendedorismo envolve a capacidade de visualizar oportunidades onde outros veem desafios, assumindo riscos em prol de um propósito que vai além da simples criação de um negócio. No contexto deste estudo, o empreendedorismo é visto como um processo que exige não apenas uma atitude positiva, mas também resiliência e adaptabilidade para superar obstáculos frequentes. Um empreendedor, portanto, é alguém que identifica e aproveita as oportunidades, enfrentando as dificuldades diárias com uma visão otimista e construtiva. A definição também destaca o comprometimento em construir algo significativo que tenha impacto social, gerando mudanças e novas soluções no mercado.

O perfil do empreendedor ideal é caracterizado pela coragem, pela postura proativa e pela capacidade de manter uma atitude positiva frente aos desafios, sendo aspectos fundamentais para sustentar o negócio. Além da coragem, atributos como visão estratégica, autoconfiança e disposição para assumir riscos calculados são essenciais para garantir o

sucesso. Tais características são especialmente importantes para enfrentar a complexidade e a incerteza do mercado, assim como para adaptar-se às suas flutuações. Nesse sentido, a habilidade de liderança e de gestão de equipe é vista como uma extensão desse perfil, uma vez que o empreendedor deve inspirar e guiar outras pessoas em direção aos objetivos do negócio.

Identificar oportunidades é um dos elementos centrais do perfil empreendedor, sendo essa uma habilidade que requer observação constante e criatividade para conceber soluções inovadoras. A atitude de “enxergar oportunidades em tudo” impulsiona o desenvolvimento de ideias que podem se transformar em novos produtos ou serviços, contribuindo para a permanência e relevância da empresa no mercado. Nesse processo, a mentalidade empreendedora inclui a adaptação às necessidades dos consumidores, a antecipação das tendências e a criação de valor agregado, elementos indispensáveis para a sobrevivência e prosperidade do empreendimento.

### **Fatores de Sucesso e Gestão de Relacionamentos**

Entre os fatores que têm contribuído para o sucesso da empresa, destacam-se a determinação e a capacidade de inovação contínua. A disposição para lançar novos produtos e manter o interesse dos clientes faz com que a empresa se mantenha competitiva e em constante movimento. O comprometimento com a qualidade dos produtos e o foco em atender às necessidades do público-alvo são fatores que reforçam a fidelidade dos clientes, garantindo a continuidade do negócio. Além disso, o gerenciamento estratégico do tempo é visto como um elemento essencial para o sucesso, pois permite à equipe priorizar atividades e dedicar-se integralmente aos processos operacionais e de inovação.

A comunicação interna é considerada um pilar fundamental na gestão da empresa, uma vez que um ambiente de trabalho harmonioso e motivador contribui diretamente para a eficiência e qualidade das operações. A empresa acredita que as pessoas envolvidas no processo de produção e atendimento precisam sentir-se valorizadas, sendo a motivação e a satisfação dos colaboradores elementos cruciais para alcançar um desempenho positivo. A interação constante e o relacionamento próximo com a equipe são estratégias adotadas para assegurar que todos compartilhem os valores e objetivos da marca, criando uma cultura organizacional forte e coesa.

As relações externas, especialmente com fornecedores e clientes, são igualmente importantes para a sustentação e o crescimento do negócio. Manter boas relações com fornecedores assegura a qualidade e a regularidade dos insumos, enquanto um relacionamento próximo com os clientes permite ajustar produtos e serviços às suas preferências e expectativas. A empresa também estabelece metas de crescimento baseadas em comparações com o desempenho do ano anterior, o que facilita o planejamento e a definição de estratégias para melhorar os resultados. Esse foco em metas e relacionamentos contribui para uma gestão equilibrada e orientada para a sustentabilidade e o sucesso a

longo prazo.

## DECLARAÇÃO DE INTERESSES

Nós, autores deste artigo, declaramos que não possuímos conflitos de interesses de ordem financeira, comercial, político, acadêmico e pessoal.

## CONCLUSÃO

O objetivo da loja L'amour é trazer conforto e qualidade para os seus clientes, fazendo com que se sintam à vontade e sempre retornem. A linha de scrubs não procura atender apenas a área hospitalar, mas também foi criada para oferecer oportunidades a esteticistas, cabeleireiras, manicures, entre outros. Em pesquisa com alguns clientes, muitos se declararam satisfeitos com o produto e os com os atendimentos na loja física. A proprietária da marca L'amour está muito satisfeita com seus produtos e deseja expandir ainda mais sua marca, estabelecendo uma loja exclusiva e fazendo com que cada vez mais pessoas utilizem seus produtos.

A pesquisa menciona outras mulheres empreendedoras que obtiveram sucesso e que se destacam no cenário, apesar de todos seus desafios e falta de visibilidade necessária, colocaram sua criatividade no ramo, tornando-se influências no meio empresarial. E com isso, concluímos que com determinação e coragem podemos criar inúmeras chances de empreender, apenas aperfeiçoando aquilo que está sendo feito e tudo se torna possível.

Este artigo foi desenvolvido com intuito de cativar o leitor a conhecer os horizontes do empreendedorismo feminino, no seu país, cidade ou bairro, ficando por dentro da evolução das mulheres no mercado mesmo com tantas dificuldades, podendo assim criar uma representação maior.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da FINAN, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012. Disponível em < [https://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf) > Acesso em 15 de nov 2024

ANTUNES, S. R. A. et al. **Empreendedorismo feminino**. Revista Gestão em Foco, Edição nº 14, 2022. Disponível em < <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/03/EMPREENDEDORISMO-FEMININO-96-a-108.pdf> > Acesso em 11 de nov 2024

ASSUNÇÃO, J. C. de; ANJOS, M. A. D. dos. **Empreendedorismo feminino: um estudo no estado de Minas Gerais**. GETEC, v. 7, n. 16, p. 112-133, 2018. Disponível em < <https://>

[revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/1369](https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/1369) > Acesso em 10 de nov 2024

BRASIL. **Relatório Global sobre Empreendedorismo Feminino**. Brasília: SEBRAE, 2022. Disponível em < <https://agenciasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Pesquisa-Emp-Feminino-2022.pdf> > Acesso em 30 de out 2024

CORDEIRO, H. **12 mulheres empreendedoras da Bahia para ficar de olho em 2024. Alô Alô Bahia/Correios. 13 Dec 2023**. Disponível em < <https://aloalobahia.com/notas/12-mulheres-empreendedoras-da-bahia-para-ficar-de-olho-em-2024> > Acesso em 30 de nov 2024

CNN BRASIL. **Empreendedorismo feminino: como lidar com os desafios da questão de gênero nos negócios**. CNN Brasil, São Paulo, 16 jun. 2023. Disponível em < <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/mulher-empreendedora/> > Acesso em 15 de out 2024

GIL, A. C.; **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7ª Edição. Barueri, São Paulo. Editora Atlas, 2023.

HARTMANN, U.; KREUZER, P.; **Women Entrepreneurs in the Global Economy**. New York: Routledge, 2019.

KANTOR, P.; RIVERA-SANTANA, J. A.; **Empreendedorismo Feminino: Desafios e Oportunidades**. São Paulo: Editora Atlas, 2020.

ZEN, Aurora C.; FRACASSO, Edi M.. **Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor**. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 9, n. 8, p. 135–150, nov. 2008. Disponível em < <https://www.scielo.br/j/ram/a/QcdCh4sfDP4FHR38qhwPdkH/abstract/?lang=pt> > Acesso em 14 de out 2024