

**EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA MULHERES: UM OLHAR SOBRE O
DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E AS
TRANSFORMAÇÕES COMPORTAMENTAIS NOS NEGÓCIOS**

*ENTREPRENEURIAL EDUCATION FOR WOMEN: A LOOK AT THE DEVELOPMENT OF
ENTREPRENEURIAL SKILLS AND BEHAVIORAL TRANSFORMATIONS IN BUSINESS*

THALYTA RODRIGUES SILVA

MÁRCIA LÚCIA DE SOUZA

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE BRASÍLIA (IFB)

JOSE ELENILSON CRUZ

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE BRASÍLIA (IFB)

Comunicação:

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA MULHERES: UM OLHAR SOBRE O DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E AS TRANSFORMAÇÕES COMPORTAMENTAIS NOS NEGÓCIOS

Objetivo do estudo

Verificar se as ações de capacitação do curso "Educação empreendedora para mulheres: Um olhar sobre as competências" conseguiram transferir conhecimento, aprimorar habilidades e influenciar positivamente as atitudes das mulheres empreendedoras, impactando nos seus negócios conforme as competências de Man e Lau.

Relevância/originalidade

Os dados foram obtidos por meio de um questionário eletrônico e de registros das observações da pesquisadora.

Metodologia/abordagem

Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva e de abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de pesquisa ação.

Principais resultados

Os resultados da pesquisa evidenciaram que as empreendedoras possuem perfis diversificados no que diz respeito à idade, nível de escolaridade, uso de tecnologias digitais e acesso à internet para vendas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva e de abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de pesquisa ação.

Contribuições sociais/para a gestão

Programas voltados à promoção do empreendedorismo podem contribuir para o desenvolvimento de capacidades de gestão e da criatividade empreendedora. Nesse contexto, o apoio de políticas públicas ajuda no fortalecimento e no desenvolvimento da economia criativa.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino, Educação empreendedora, Economia criativa

ENTREPRENEURIAL EDUCATION FOR WOMEN: A LOOK AT THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL SKILLS AND BEHAVIORAL TRANSFORMATIONS IN BUSINESS

Study purpose

Check if the training actions of the course "Entrepreneurial Education for Women: A Look at Competencies" managed to transfer knowledge, enhance skills, and positively influence the attitudes of women entrepreneurs, impacting their businesses according to the competencies of Man and Lau.

Relevance / originality

The data were obtained through an electronic questionnaire and from the researcher's observation records.

Methodology / approach

This is an exploratory, descriptive research with a qualitative approach, developed through action research.

Main results

The research results showed that female entrepreneurs have diverse profiles regarding age, education level, use of digital technologies, and access to the internet for sales.

Theoretical / methodological contributions

This is an exploratory, descriptive research with a qualitative approach, developed through action research.

Social / management contributions

Programs aimed at promoting entrepreneurship can contribute to the development of management skills and entrepreneurial creativity. In this context, support from public policies helps strengthen and develop the creative economy.

Keywords: Female entrepreneurship, Entrepreneurial education, Creative economy

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA MULHERES: UM OLHAR SOBRE O DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS E AS TRANSFORMAÇÕES COMPORTAMENTAIS NOS NEGÓCIOS

1 Introdução

Embora o empreendedorismo feminino enfrente diversas barreiras, como a necessidade de conciliação de tempo e esforço entre a empresa e as funções da mulher como mãe e dona de casa (Sebrae, 2019), ele é amplamente apresentado como um processo positivo que liberta e capacita mulheres por meio de empreendimentos individuais, levando-as a alcançarem o empoderamento na busca de igualdade de gênero (Lima, 2021).

Como o mundo dos negócios passa por profundas mudanças, a habilidade para aprender torna-se importante no contexto do empreendedorismo. O empreendedorismo feminino enfrenta diversos desafios, como a dificuldade de acesso a financiamento, a falta de redes de apoio, a desigualdade de oportunidades e os preconceitos de gênero que ainda persistem no mundo dos negócios. No entanto, as mulheres estão provando que possuem as mesmas habilidades e capacidades profissionais que os homens, demonstrando competência em gestão, inovação e liderança. Essa resiliência valida atributos essenciais nos espaços organizacionais, reforçando a importância da equidade de gênero no empreendedorismo.

Mulheres empreendedoras estão desenvolvendo negócios financeiramente viáveis e com impacto positivo na sociedade. Empresas lideradas por mulheres são fontes importantes de empregos e renda, trazem dinamismo para diversos setores da economia criativa e provocam grandes mudanças sociais, econômicas e culturais. No Brasil, a importância das mulheres no empreendedorismo é inegável. Com o crescimento desse movimento, é essencial que, cada vez mais, mulheres se capacitem para gerenciarem seus negócios com sucesso.

Programas voltados à promoção do empreendedorismo podem contribuir para o desenvolvimento de capacidades de gestão e da criatividade empreendedora. Nesse contexto, o apoio de políticas públicas ajuda no fortalecimento e no desenvolvimento da economia criativa. Em termos de gestão, as empresas precisam de treinamento intensivo, especialmente no que diz respeito à obtenção de habilidades técnicas e comportamentais.

Nesse cenário, as atividades de extensão do Instituto Federal de Brasília (IFB) têm o potencial de promover, por meio do empreendedorismo, o desenvolvimento socioeconômico da comunidade e o protagonismo individual. Para fomentar a educação empreendedora, em 2023 o IFB lançou um edital com a finalidade de selecionar propostas de ações de extensão a serem desenvolvidas no âmbito do Programa IFB Mais Empreendedor. Um dos cursos de extensão selecionados, que é objeto deste estudo, foi intitulado “Educação empreendedora para mulheres: um olhar sobre as competências”. Esse curso foi submetido em parceria com o Instituto Fonte de Luz, instituição que fomenta a economia criativa por meio da Feira de Mulheres Empreendedoras.

A realização deste estudo baseia-se em seis fatores condicionantes relativos às competências para empreender na economia criativa, propostos por Man e Lau (2000): i) competências de oportunidade; ii) competências administrativas; iii) competências de relacionamento; iv) competências estratégicas; v) competências de comprometimento; e vi) competências conceituais. Embora as competências técnicas sejam imprescindíveis para o empreendedor, elas não são suficientes (Man; Lau, 2000), tendo em vista que os desafios enfrentados são múltiplos e exigem das empreendedoras uma capacidade de assumir riscos, gerir eficazmente a empresa, saber aproveitar as oportunidades, incluir processos inovadores em suas produções, identificar fornecedores estratégicos, captar e gerir recursos financeiros, capacitar-se profissionalmente, promover ações de marketing, buscar formas de captar recursos que não se limitem aos incentivos governamentais, trabalhar em rede e buscar parcerias, criar

bens e serviços sustentáveis e inclusivos, permitindo uma transformação para a sociedade, e fortalecer suas capacidades para lidar com características de singularidade, simbolismo e intangibilidade (Man; Lau, 2000).

Sendo assim, a avaliação de cursos de treinamentos voltados à promoção e ao desenvolvimento do empreendedorismo no curso em destaque, orienta-se pelo seguinte problema de pesquisa: de que maneira as ações de capacitação desenvolvidas no âmbito do curso “Educação empreendedora para mulheres: um olhar sobre as competências” conseguiram transferir conhecimento, aprimorar habilidades e influenciar positivamente nas atitudes das mulheres empreendedoras de forma a impactar seus negócios? O objetivo geral foi verificar se as ações de capacitação do referido curso transferiram conhecimento, aprimoraram habilidades e influenciaram positivamente as atitudes das mulheres empreendedoras, impactando nos seus negócios, de acordo com as competências de Man e Lau (2000).

Os objetivos específicos foram: i) conhecer o perfil das empreendedoras do Instituto Fonte de Luz e quais suas maiores dificuldades para gerir os seus negócios; ii) analisar a eficácia das ações de capacitação na transferência de conhecimento para as mulheres empreendedoras, com base nas competências de Man e Lau; iii) descrever o impacto do aprimoramento das habilidades empreendedoras no desenvolvimento dos negócios.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo envolve a criação de algo inovador e valioso, e exige dedicação, investimento de tempo e esforço para impulsionar o crescimento dos negócios (Rêgo, 2018). Mesmo diante de riscos e desafios, empreender demanda ousadia e determinação. Segundo Gianturco (2017), o empreendedor é aquele que percebe oportunidades antes dos outros e parte para a ação. Além disso, o sucesso nesse processo depende da constante busca por novas oportunidades e da capacidade de adaptação às mudanças (Zampier, 2011; Filgueiras, 2021).

A educação empreendedora tem se mostrado essencial para o fortalecimento do empreendedorismo feminino, fornecendo competências técnicas, financeiras e de liderança que auxiliam na gestão de negócios (Braga, 2023). Pascarelli (2013) destaca que essa formação aprimora o pensamento crítico, a tomada de decisão e a identificação de oportunidades de mercado. Santos (2022) acrescenta que esse aprendizado influencia diretamente o comportamento das mulheres empreendedoras, estimulando a autoconfiança, a resiliência e a capacidade de liderança.

O crescimento dos negócios liderados por mulheres está diretamente relacionado à aplicação das habilidades adquiridas por meio da educação empreendedora. A capacitação permite que elas utilizem ferramentas de gestão, marketing, finanças e tecnologia para expandir seus empreendimentos de maneira sustentável (Iizuka, 2022). Além disso, a interação entre empreendedoras em programas de formação facilita a criação de redes de cooperação e parcerias estratégicas, fortalecendo o ecossistema empreendedor feminino (Balestrin, 2016).

Nesse contexto, a educação empreendedora não apenas aprimora conhecimentos técnicos, mas também fomenta um ambiente de apoio mútuo e prosperidade compartilhada. Esse processo contribui para a redução das desigualdades de gênero no mercado de trabalho, fortalecendo a participação feminina na economia. Além disso, impulsiona a inovação e a sustentabilidade nos negócios liderados por mulheres, promovendo um impacto positivo de longo prazo na sociedade (Diehl, 2015).

2.2 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo feminino enfrenta desafios em diversas áreas, mas as mulheres demonstram habilidades equivalentes às dos homens, contribuindo para o crescimento econômico e social. No Brasil, elas representam 57% dos empreendedores, somando 30 milhões, o que coloca o país em sétimo lugar no mundo em número de mulheres empreendedoras (Sebrae, 2019). Estudos sobre o tema começaram na década de 1970, sendo Schwartz (1976) um dos pioneiros ao investigar motivações e dificuldades enfrentadas por mulheres nesse campo (Ries, 2018).

O avanço das mulheres no empreendedorismo é resultado de sua busca por autonomia financeira e realização pessoal (Peres, 2020). Historicamente, a luta por igualdade e representatividade no mercado de trabalho impulsionou esse movimento, tornando o empreendedorismo feminino uma ferramenta significativa para essa causa (Nery, 2022). Dornelas (2021) observou que os motivos que levam as mulheres a empreender são comparáveis aos dos homens, e suas qualidades empreendedoras são semelhantes.

O empreendedorismo feminino envolve a transformação de ideias em negócios e tem sido objeto de estudo por economistas e pesquisadores devido à sua relevância na inovação e no crescimento econômico (Fernandes, 2022). No entanto, ainda há lacunas em pesquisas sobre fatores econômicos, financeiros e sociais que influenciam o empreendedorismo de gênero (Oliveira, 2023). Mulheres empreendedoras demonstram elevado conhecimento sobre seus negócios e grande disposição para evoluir profissionalmente, mesmo aprendendo muitas vezes por tentativa e erro (Fiuza, 2023).

A decisão de empreender é influenciada por fatores internos e externos, como características pessoais (coragem, determinação e visão estratégica), histórico familiar e apoio institucional, incluindo políticas públicas e programas de capacitação (Cortez, 2023). O empreendedorismo, seja por necessidade ou oportunidade, aproxima as mulheres da independência financeira e reforça sua importância no cenário econômico e social (Santos, 2022).

O empreendedorismo feminino não só promove o desenvolvimento econômico, mas também impulsiona transformações sociais profundas, especialmente em comunidades onde as mulheres enfrentam desafios estruturais. Ao liderarem os negócios, as mulheres quebram estereótipos e oferecem novos modelos de liderança que priorizam a diversidade, a inclusão e o bem-estar coletivo (Gimenez, 2017).

Geralmente os empreendimentos femininos estão fortemente vinculados a projetos sociais e sustentáveis, demonstrando uma preocupação das mulheres não apenas com o lucro, mas com o impacto positivo que os negócios podem gerar no entorno. Essa abordagem humana e sustentável ao empreendedorismo é um reflexo da capacidade feminina de inovar e de adotar uma visão holística sobre a gestão empresarial, tornando as mulheres peças-chave no desenvolvimento de uma economia mais inclusiva e justa (Alves, 2022).

Outro fator que merece destaque é o papel das redes de apoio e mentoria no sucesso das mulheres empreendedoras. Espaços, formados por outras mulheres empreendedoras, instituições governamentais e privadas, oferecem uma troca de conhecimento que auxilia no fortalecimento de habilidades de gestão, liderança e inovação. Programas de mentoria e redes de colaboração têm sido fundamentais para superar barreiras, como a falta de acesso a crédito e a discriminação de gênero, que historicamente limitaram o potencial de crescimento dos negócios liderados por mulheres (Oliveira, 2023).

No relatório do Sebrae (2019), sobre o perfil das mulheres empreendedoras no Brasil, merece destaque o quesito que trata sobre o empreendedorismo feminino no mundo. O relatório sinaliza que o Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais em 2018 (os empreendedores iniciais são aqueles indivíduos que estão à frente de

empreendimentos com menos de 42 meses de existência). À frente do Brasil estão Madagascar, Panamá, Indonésia, Angola, Catar e Tailândia.

A posição de 7º lugar do Brasil é um indicativo da crescente participação feminina no cenário empreendedor do país. Estar entre os sete primeiros coloca o Brasil em um grupo relevante de nações onde o empreendedorismo feminino está em ascensão. Esses dados reforçam o papel fundamental das mulheres na criação de novos negócios e apontam para uma tendência global de aumento da presença de empreendedoras.

Mulheres empreendedoras ainda enfrentam desafios significativos que precisam ser superados. Estudos indicam que a dificuldade em conciliar múltiplos papéis, como o de mães, esposas e empresárias, associados às dinâmicas familiares, é uma questão recorrente nos relatos dessas empreendedoras. No entanto, esses estudos também revelam que, em muitos casos, não há imposições por parte dos cônjuges para que as mulheres não trabalhem fora ou iniciem seus próprios negócios.

Pelo contrário, observa-se, em algumas situações, uma alta colaboração por parte de filhos e cônjuges, especialmente no cuidado e gestão da empresa, desafiando preconceitos e refutando qualquer tipo de rejeição ao papel da mulher como empreendedora (Alperstedt, 2014).

Apesar dos desafios, o empreendedorismo feminino é caracterizado por sua capacidade de inovar e criar soluções criativas, promovendo transformações que impulsionam a criação de novos negócios e agregam valor às organizações (Machado, 2022).

2.3 Competências, comportamentos e habilidades empreendedoras

A competência empreendedora é um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que permite ao indivíduo implementar estratégias e gerar valor para a sociedade (Antonello, 2005). Algumas características essenciais do empreendedor incluem liderança, influência sobre pessoas, criação de redes de contato, pensamento estratégico, comunicação eficaz, inovação, organização e percepção sensível do ambiente.

Os empreendedores precisam consolidar uma imagem de confiança e conduta ética para estabelecer relações sólidas com parceiros e colaboradores. No âmbito conceitual, a capacidade de compreender e aplicar modelos analíticos fortalece a tomada de decisões estratégicas (Man; Lau, 2000). Os mesmos autores classificaram as competências empreendedoras em seis categorias: oportunidade, relacionamento, conceituais, administrativas, estratégicas e de comprometimento. Essas áreas, em conjunto, formam a base do desenvolvimento das competências empreendedoras abaixo:

- Competências de oportunidade: refere-se à capacidade do empreendedor de identificar e aproveitar situações favoráveis para o negócio. Ela envolve a sensibilidade para detectar necessidades de mercado, novas tendências e nichos ainda não explorados.

- Competências administrativas: estão relacionadas à gestão eficiente dos recursos disponíveis, sejam eles financeiros, humanos ou materiais. Esse tipo de competência implica na habilidade de alocar adequadamente os recursos, maximizar a produtividade e minimizar desperdícios. Assim, empreendedoras que dominam as competências administrativas conseguem manter o negócio funcionando de forma ordenada e sustentável, garantindo que os processos internos sejam eficientes e eficazes.

- Competências de relacionamento: visam à construção e manutenção de uma imagem ética e confiável do empreendedor e de sua organização. Elas são fundamentais para estabelecer parcerias, conquistar a confiança de clientes e fornecedores, e criar uma rede de contatos sólida.

- Competências estratégicas: exigem do empreendedor a habilidade de planejar e implementar estratégias de longo prazo. Envolve a capacidade de analisar o ambiente externo e interno, prever tendências, definir metas claras e elaborar planos de ação para atingir os

objetivos do negócio.

- Competências de comprometimento: refletem o nível de dedicação e compromisso do empreendedor para com sua organização. Incluem a disposição de investir tempo, energia e recursos para garantir o sucesso do negócio. As aulas sobre empreendedorismo, para as 13 mulheres inscritas no curso, reforçam a importância da perseverança, resiliência diante de dificuldades e adversidades.

- Competências conceituais: capacidade de análise diferenciada de ambientes ou situações específicas. Esse tipo de competência permite ao empreendedor entender e interpretar o contexto em que o negócio está inserido, identificar padrões, prever mudanças e tomar decisões informadas. As competências empreendedoras cooperam no sucesso de qualquer negócio, especialmente para proprietários de pequenas e médias empresas (PMEs).

3. METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa aplicada e de abordagem qualitativa, pois pesquisa qualitativa aborda questões específicas e explora significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes de atores sociais (Gil, 2022). Quanto à finalidade, trata-se de um estudo exploratório realizado com dados empíricos, o que proporcionou maior conhecimento acerca do desenvolvimento de competências das empreendedoras (Gil, 2022). A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar uma compreensão mais aprofundada do problema em questão, visando torná-lo mais evidente ou formular hipóteses preliminares. O autor assevera que o estudo descritivo tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno (Gil, 2022).

O procedimento técnico utilizado foi a pesquisa-ação, definida como “um tipo de pesquisa com base empírica, que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo” Gil (2002, p.55). Já, na coleta de dados, foi utilizada a técnica da observação participante, já que a autora deste estudo integrou a equipe responsável por ministrar o curso “Educação empreendedora para mulheres: um olhar sobre as competências”. Utilizou-se, também, os registros dos relatos de experiências e aplicou-se questionário por meio do *Google Forms*. Os dados dessa pesquisa foram coletados em duas etapas ao longo da realização do curso.

Na primeira etapa (que antecedeu a realização da capacitação), foi enviado questionário, via *whatsapp*, para as 13 empreendedoras participantes inscritas no curso. O questionário abordou aspectos associados aos negócios e ao perfil das mulheres empreendedoras como idade, escolaridade, recursos tecnológicos disponíveis, utilização das redes sociais para captar clientes, vendas pelas redes sociais, disponibilidade de horário para fazer o curso, conhecimento do *Classroom* como ferramenta pedagógica, utilização do Pix para receber ou efetuar pagamentos e utilização de máquina de cartão de crédito no seu negócio.

Segunda etapa: para concretização desta fase de investigação foi utilizada a técnica de pesquisa-ação. Para procedimento de geração e coleta de dados foram utilizadas a observação participante, os relatos de experiências, os registros em formato de áudio. Essa etapa ocorreu durante a execução do curso, ofertado no período de 01/08/23 a 01/02/2024. Participaram desse curso 13 mulheres empreendedoras do Instituto Fonte de Luz e todas aceitaram contribuir com essa pesquisa.

Para análise dos dados, optou-se por utilizar a aplicação da técnica de Análise de Conteúdo, uma vez que essa técnica oportuniza oferecer um melhor suporte na análise dos dados em uma pesquisa, às quais indicam uma possível resposta para a questão do estudo em

foco. A análise de conteúdo proporciona uma descrição sistemática e qualitativa do conteúdo das comunicações, ou seja, das informações fornecidas pelos entrevistados (Santos, 2018). Para a análise dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), seguindo as etapas de pré-análise, exploração do material e interpretação dos resultados. Inicialmente, realizou-se a leitura flutuante das transcrições para familiarização com os relatos.

Após a aplicação do questionário inicial e a realização da observação participante durante a execução do curso, foi elaborado um relatório contendo a transcrição integral dos diálogos entre pesquisadores, estudantes e empreendedoras envolvidas. Em seguida, foram identificadas unidades de significado que permitiram a categorização dos dados em eixos temáticos alinhados às competências empreendedoras descritas por Man e Lau (2000). Essas categorias englobam aspectos como aquisição de conhecimento, desenvolvimento de habilidades e mudanças nas atitudes das participantes em relação à gestão de seus negócios.

Todos os nomes das participantes foram ocultados, utilizando-se para identificação das empreendedoras: E1, E2, E3...etc.

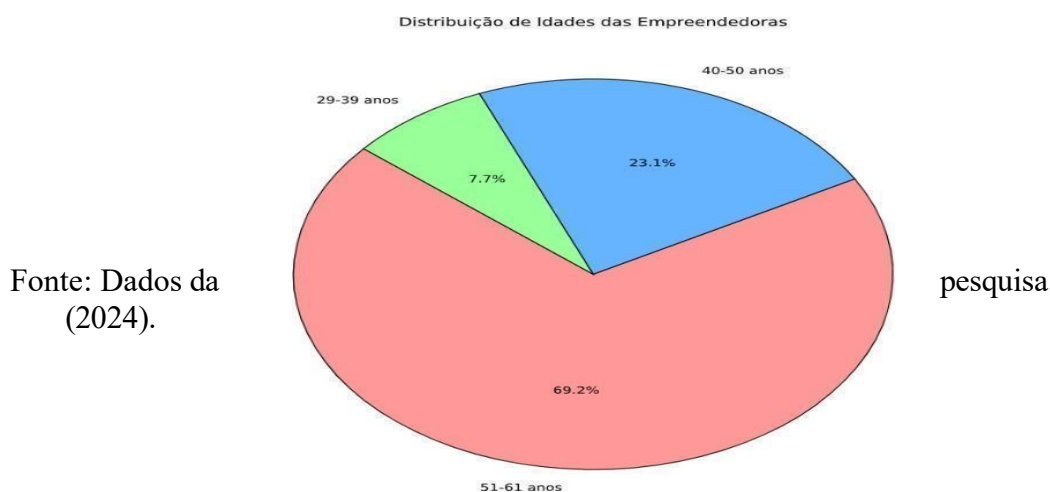
4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, apresentam-se os achados referentes ao perfil das 13 mulheres entrevistadas, considerando variáveis como idade, nível de escolaridade, uso de tecnologias e ferramentas digitais, acesso à internet para vendas, preferências por horários de encontros *online* e o uso de tecnologias na comercialização de produtos. Esses aspectos permitiram compreender as características e comportamentos das participantes em relação à utilização de recursos digitais em suas atividades comerciais.

4.1 Perfil das empreendedoras

De acordo com os resultados extraídos da pesquisa, identificou-se que a idade das empreendedoras que participaram desse estudo, é constituída por 9 mulheres que representam (62,9%) com idades na faixa etária entre 51 e 61 anos.

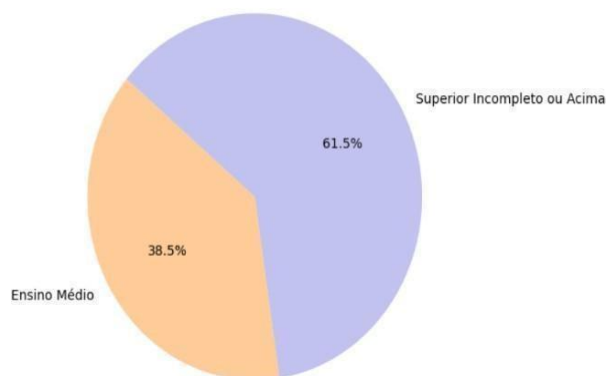
Figura 1 - Distribuição de Idades das mulheres empreendedoras



Percebe-se, que 3 (23,1%) das entrevistadas têm entre 40 a 50 anos, e apenas uma mulher (7,7%) entre 29 e 39 anos. Este perfil etário sugere uma predominância de empreendedoras mais maduras, o que pode refletir uma trajetória profissional mais extensa e, possivelmente, uma maior experiência acumulada no campo do empreendedorismo.

De acordo com a figura 2 abaixo, em termos de formação acadêmica, 5 (38,5%) participantes possuem ensino médio completo, enquanto 8 (61,5%) têm nível superior incompleto ou completo.

Figura 2 – Nível de Escolaridade
 Nível de Escolaridade das Empreendedoras

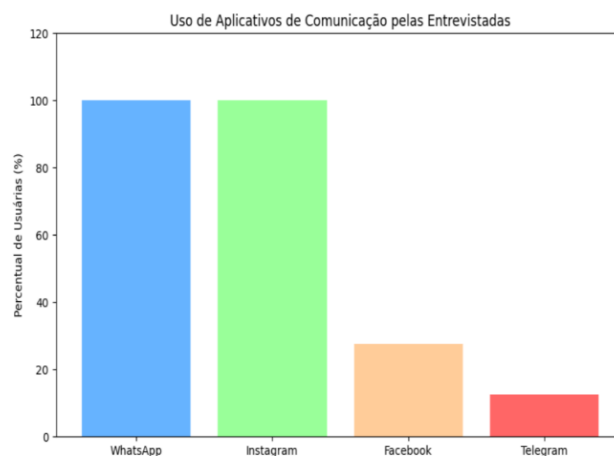


Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A diversidade educacional entre as empreendedoras pode influenciar a forma como elas acessam e aplicam conhecimentos. Esse fator pode também refletir na capacidade de adaptação às metodologias de ensino aplicadas no curso, impactando o desenvolvimento de habilidades específicas para o aprimoramento dos seus negócios. O nível educacional pode, portanto, ser um indicativo relevante na análise da eficácia da capacitação oferecida.

Conforme a figura 3 abaixo, todas as empreendedoras possuem acesso a recursos tecnológicos com conexão *Wi-Fi*, o que permite a realização de atividades empreendedoras *online*. O uso de aplicativos de comunicação é generalizado. Todas elas possuem *WhatsApp* e *Instagram*, 11 (27,5%) têm *Facebook* e apenas 5 (12,5%) utilizam *Telegram*. Essa variedade na utilização de plataformas digitais pode influenciar a forma como as empreendedoras se conectam com seus clientes e promovem seus negócios.

Figura 3 - Uso de Tecnologias e Ferramentas Digitais

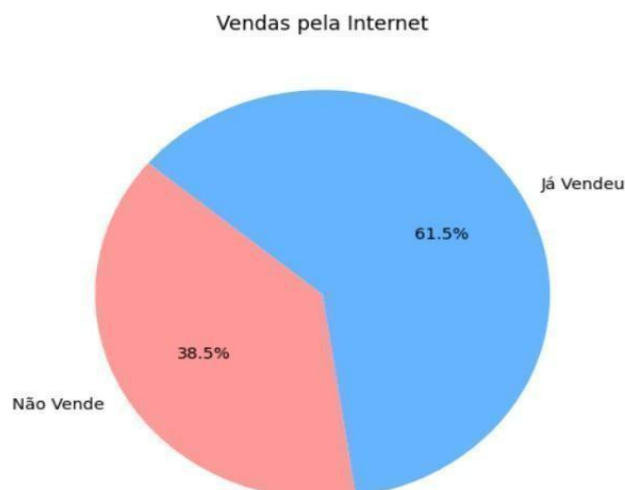


Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A escolha das plataformas também pode refletir na segmentação do público-alvo, considerando as características e preferências de cada rede social. Dessa forma, a presença digital das empreendedoras é essencial para aumentar a visibilidade e o alcance de suas marcas.

No que tange às vendas *online*, 5 (38,5%) das participantes ainda não vendem pela internet, enquanto 8 (61,5%), já realizaram vendas por meio de alguma rede social (figura 4). Este dado sugere uma oportunidade significativa para a capacitação em comércio eletrônico e estratégias digitais para as empreendedoras que ainda não exploraram essas possibilidades.

Figura 4 - Uso da Internet em Vendas



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

De acordo com a figura 5, as preferências das empreendedoras para a realização de encontros *online* mostram que tem uma grande opta por encontros à noite (60%) das participantes, seguidas por serem à tarde (35%) das participantes e, em menor escala, pela manhã (5%). Estes horários podem ser indicativos de disponibilidade e rotinas pessoais, influenciando a forma como programas de educação empreendedora são estruturados.

Figura 5 - Preferências Por horários *On-Line*
Preferência por Horários de Encontros On-line



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Nesse contexto, a predominância de horários noturnos pode estar associada a responsabilidades diárias, como trabalho ou cuidados familiares, que limitam a disponibilidade

em outros períodos. Assim, compreender essas preferências contribui para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes de engajamento, promovendo maior adesão e aproveitamento das iniciativas educacionais.

Quanto à familiaridade com ferramentas digitais, a figura 6 revela que 9 (75%) empreendedoras já acessaram o *Google Sala de Aula* e isso é positivo porque favorece a realização de atividades de capacitação *online*. No entanto, 4 (25%) das empreendedoras afirmaram que nunca utilizaram programas básicos como *Word*, *Excel* e leitores de arquivo PDF, o que pode limitar a capacidade de gerenciar documentos e dados dos seus negócios.

Figura 6 - Preferências e Competências Tecnológicas



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Já em relação à utilização de métodos de pagamento eletrônico é variada de acordo com a figura 7. Enquanto 11 (91%) das participantes sabem enviar e receber PIX, apenas uma (8,3%) das empreendedoras não sabe utilizar o recurso gestão financeira.

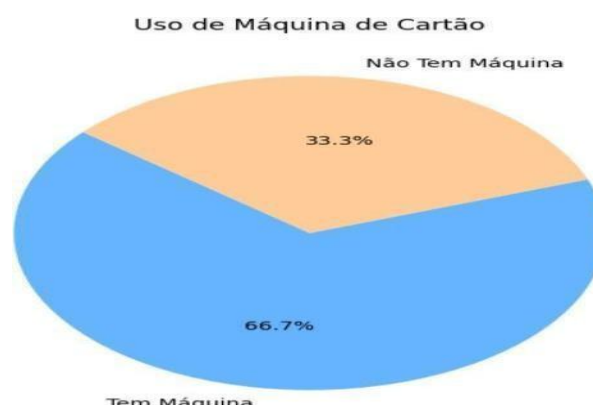
Figura 7 – Uso de Tecnologias na Comercialização



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Na figura 8 abaixo, pode ser observado que 4 (33,3%) das participantes não possuem máquina de cartão e 8 (66,7%) possuem esse equipamento, sendo que apenas 2 expressaram desejo de adquiri-la e 3 não demonstraram clareza sobre a questão. Este cenário indica uma necessidade potencial de treinamento adicional em ferramentas de pagamentos.

Figura 8 – Uso de Máquinas de Cartão



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A prevalência de participantes com idades avançadas e o acesso geral a tecnologias digitais sublinham a importância de oferecer educação empreendedora que seja adaptada às necessidades e preferências dessa faixa etária. As diferenças nas habilidades digitais e o uso variado de plataformas *online* destacam a necessidade de programas de capacitação que abordem as lacunas identificadas e promovam a inclusão digital.

4.2 DESENVOLVIMENTO DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

4.2.1 Competências de Oportunidades

As empreendedoras tiveram grandes oportunidades que as ajudaram muito a estarem conseguindo ter uma visão de como o curso estava impactando positivamente o desenvolvimento delas em seus negócios, de forma mais ampla e agregando mais conhecimento nas áreas técnicas e comportamentais. Elas perceberam a importância de fortalecer parcerias com outras mulheres que atuam no mesmo segmento. Com essa nova perspectiva, a empreendedora E2 passou a integrar o grupo de artesãs, o que abriu a oportunidade de participar de uma feira de exposições. Esse evento possibilitou a conquista de novos públicos para o seu negócio, evidenciando o impacto positivo do curso e das oportunidades nesse momento de sua trajetória.

Entre as atividades realizadas durante o curso foi ofertada uma roda de conversa *on-line* por um professor que tem vasta experiência no trabalho com microempreendedores. O objetivo desse evento foi esclarecer as dúvidas dos seus negócios. Com essa roda de conversa, surgiram alguns *feedbacks* positivos em que as empreendedoras agradeceram por essa oportunidade. As empreendedoras que participaram, trocaram várias experiências e dificuldades para manter ou expandir na área que trabalhavam.

Durante essa roda de conversa, a E12 conseguiu uma oportunidade de oferecer seus produtos para as participantes e para pessoas próximas. Elas puderam experimentar e, como resultados, ela começou a receber encomendas e a ser procurada por clientes que apreciam seus produtos.

4.2.2 Competências Administrativas

Em relação às competências administrativas, as empreendedoras tiveram as aulas presenciais no laboratório de informática, onde elas tiveram a oportunidade de aprender a operar o computador, as redes sociais, o plano de negócio e também a matriz *SWOT*. Esta sigla é

composta por 4 palavras: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). No português, a matriz também é conhecida por FOFA, sigla composta pelos elementos traduzidos.

Quando questionadas sobre as noções de como operar o computador, as respostas das empreendedoras E2, E3, E5 e E11 revelaram um desafio comum: todas tinham pouco conhecimento sobre o assunto. Essa limitação, segundo elas, vinha de uma barreira adicional encontrada em seu ambiente familiar e social. Elas ressaltaram que, ao pedirem ajuda a familiares ou amigos, frequentemente recebiam apenas a execução direta da tarefa solicitada, sem que houvesse um esforço para ensinar ou explicar o processo. Esse comportamento gerava dependência, pois as empreendedoras não tinham a oportunidade de aprender e realizar as tarefas sozinhas.

Durante as atividades, elas puderam interagir com os computadores, experimentar ferramentas novas e tirar dúvidas diretamente com os professores, o que contribuiu para fortalecer sua autonomia digital.

Somente E4 tinha um conhecimento razoável de computação. Neste sentido, o valor da paciência e do suporte pedagógico para promover o empoderamento das mulheres empreendedoras. O aprendizado adquirido durante o curso lhes forneceu ferramentas essenciais para lidar com desafios administrativos e ampliou suas perspectivas para a gestão de seus negócios, reduzindo a dependência de terceiros e aumentando sua autoconfiança.

Complementarmente, a inclusão de conteúdos práticos e acessíveis contribuiu para a superação de barreiras tecnológicas, facilitando a aplicação imediata do conhecimento adquirido. Por conseguinte, o desenvolvimento dessas habilidades também fomentou a tomada de decisões mais estratégicas no ambiente empresarial.

Após a entrevista, identificou-se que E1, E2, E3, E4 e E5 realizavam cálculos e planejamentos manualmente, registrando todas as informações em seus cadernos. Esse hábito reflete uma importante dimensão da competência administrativa, demonstrando organização e controle sobre suas atividades financeiras e estratégicas.

Antes do curso, as empreendedoras não possuíam planos de negócios estruturados para seus empreendimentos, o que dificultava o direcionamento estratégico e o crescimento sustentável. A ausência de um planejamento adequado levava a decisões baseadas principalmente na intuição, aumentando os riscos e reduzindo as chances de sucesso. Esse cenário representa o momento ‘anterior’ ao curso, evidenciando a necessidade de maior organização e estruturação nos negócios.

Durante o processo de aprendizado foi possível esclarecer dúvidas, apresentar exemplos práticos de desenvolvimento dos planos de negócios, garantindo que as empreendedoras estivessem preparadas para tomar decisões mais informadas e assertivas.

Após o curso, ao aprenderem a elaborar seus próprios planos de negócios, as empreendedoras passaram a compreender a importância de uma visão estratégica para o futuro de seus empreendimentos. Esse aprendizado não apenas fortaleceu a base de seus negócios, mas também as empoderou, proporcionando maior confiança para enfrentar desafios, tomar decisões mais assertivas e buscar um crescimento sustentável.

4.2.3 Competências de Relacionamento

O relacionamento das empreendedoras durante o curso foi muito bom, onde todas se sentiam ouvidas e acolhidas e perceberam que podiam contar umas com as outras. Foi uma ótima experiência não só para elas, mas para os professores e os monitores que também estiveram presentes durante o curso, e de poder ter esse acompanhamento de perto. Abaixo, seguem alguns *feedbacks* das empreendedoras:

A empreendedora E12 fala sobre o relacionamento não só no curso, mas com seus clientes, conseguiu ter um aumento no seu número de amizades, pôde conhecer pessoas diferentes, teve trocas de histórias e conhecimentos, foi uma troca muito boa também, proveitosa também para ambas as partes. Quando os clientes me perguntam como comecei, sempre conto que no início eu sabia muito pouco sobre empreender. No entanto, depois do curso, tudo mudou: minha vida, meu empreendimento, meus negócios e até a minha forma de agir. O aprendizado adquirido foi fundamental para meu crescimento e desenvolvimento. As empreendedoras também expressaram gratidão pela oportunidade, não apenas pelo conhecimento adquirido, mas pela possibilidade de aplicá-lo em seus negócios. Além disso, destacaram que o curso proporcionou uma nova perspectiva sobre como se relacionar com os clientes e com as pessoas ao seu redor.

4.2.4 Competências Estratégicas

Destaca-se o desempenho da empreendedora E12, que conseguiu criar sua própria loja física. Em seu relato, ela compartilha como o aprendizado adquirido no curso foi essencial para aprimorar suas estratégias de negócios, conforme segue abaixo:

"Às vezes, um assunto que inicialmente parecia não ter relação comigo acabava trazendo aprendizados valiosos. Havia empreendedoras de brechós e de outras áreas, e mesmo assim tudo se tornou conhecimento útil. Peguei ideias delas e apliquei no meu negócio, porque, no fim das contas, o que muda é só o nicho. A forma de divulgação, por exemplo, foi algo que eu aprimorei bastante. Antes, eu dependia muito da propaganda boca a boca e da degustação. Cheguei a produzir uma grande quantidade de pães de mel para distribuir como presente, sem estratégia definida. O professor Elenilson me tranquilizou e explicou que a degustação é uma ferramenta poderosa, mas que precisava ser usada de forma estratégica. Hoje, ofereço apenas pequenas porções para despertar o interesse do cliente, em vez de entregar o produto inteiro sem garantia de retorno. Outra mudança importante foi no posicionamento de preços. No Gama, eu pratico um valor, mas em meus pontos de venda na Asa Norte e em Taguatinga, consigo vender a um preço maior, pois o público valoriza mais o produto. O pão de mel que vendo a R\$ 8,00 no Gama, consigo comercializar a R\$ 9,50 nesses locais. Isso não é apenas uma questão de localização, mas de percepção de valor. Meu produto tem qualidade diferenciada, e quem conhece o pão de mel sabe reconhecer essa qualidade. Além disso, percebi que manter a identidade do produto também é uma estratégia essencial. Já me sugeriram mudar o formato para quadradinhos, como bombons, mas prefiro manter a característica original do pão de mel banhado, pois faz parte da identidade da minha marca. Aprendi a absorver ideias de diferentes fontes, avaliar o que realmente funciona para o meu negócio e aplicar estratégias que fortalecem minha marca e aumentam minha competitividade."

Esse relato evidencia a importância das competências estratégicas, que exigem do empreendedor a habilidade de planejar e implementar estratégias de longo prazo. Essas competências envolvem a capacidade de analisar o ambiente interno e externo, prever tendências, definir metas claras e elaborar planos de ação para alcançar os objetivos do negócio. A trajetória de E12 demonstra como a adaptação, a análise de mercado e a diferenciação do produto são fatores essenciais para o crescimento sustentável de um empreendimento.

4.2.5 Competências de Comprometimento

Durante o curso foi enfatizado o comprometimento das empreendedoras E2, E3, E4 e E11 nas aulas *online* e presenciais no laboratório de informática. Elas se destacaram pelo

empenho, superando algumas dificuldades, sempre fazendo o possível para estar presentes e não perder nenhuma aula, tanto *online* quanto presencial.

É essencial, para o sucesso de qualquer negócio, não deixar um cliente sem atendimento, e sempre ter um local aprazível. A empreendedora E9 destaca que no curso faltou uma ou duas aulas, entretanto, houve comprometimento, pois segundo E9 ela “precisava aprender e participar bastante”.

A empreendedora E2 diz: “Eu pensava assim, sou tão pequena em vista de alguns, meu negócio é tão pequeno, mas aos poucos e a cada dia vejo o quanto preciso de conhecimento, e se eu quiser crescer e sair do lugar onde me encontro tenho que buscar conhecimento e constantemente!”

O relato da empreendedora E2 ilustra bem a mentalidade das competências de comprometimento, reconhecendo que, embora seu negócio seja pequeno, ela compreende que o caminho para o crescimento exige esforço contínuo e a busca constante por aprimoramento. Esse comprometimento não só fortalece sua capacidade de aprendizado, mas também demonstra a importância de se dedicar integralmente aos desafios e oportunidades que surgem no percurso empreendedor.

Vale destacar, que no contexto desse curso, com ênfase no empreendedorismo feminino, essas seis competências (Oportunidades, administrativa, relacionamento, estratégicas, comprometimento e conceituais) não apenas definem a eficácia do empreendedor, mas também determinam o sucesso e a sustentabilidade de seus empreendimentos. Cada uma delas desempenha um papel único e interconectado, contribuindo para a construção de um negócio robusto e adaptável aos desafios do mercado.

4.2.6 Competências de Conceituais

São essenciais para que empreendedores consigam interpretar o mercado e tomar decisões estratégicas com base em análises detalhadas. Um exemplo prático dessa habilidade é a experiência de E4, proprietária de um brechó, que identificou o crescimento da demanda por moda sustentável. Ao perceber essa tendência, decidiu investir na revitalização das peças, reparando e reformando roupas para revendê-las, agregando valor ao seu produto. Essa estratégia permitiu que a E4 aumentasse suas vendas e atraísse um novo público, formado por consumidores preocupados com questões ambientais e interessados no consumo consciente. Esse tipo de adaptação demonstra a capacidade de analisar o ambiente de negócios, identificar padrões de comportamento do consumidor, antecipar mudanças no mercado e ajustar seu modelo de negócio de forma eficaz. No cenário empreendedor, essa competência é fundamental, pois possibilita a criação de novas oportunidades e a redução de riscos. Para pequenas e médias empresas, essa habilidade é ainda mais relevante, pois permite que os negócios se tornem mais competitivos e sustentáveis. Dessa forma, ao desenvolver uma visão estratégica e analítica, empreendedores como E4 conseguem fortalecer suas marcas e garantir a longevidade de seus empreendimentos.

5. CONCLUSÃO

O objetivo geral desta pesquisa foi verificar se as ações de capacitação do curso "Educação empreendedora para mulheres: Um olhar sobre as competências" conseguiram transferir conhecimento, aprimorar habilidades e influenciar positivamente as atitudes das mulheres empreendedoras, impactando nos seus negócios de acordo com as competências de Man e Lau. O estudo teve como base 13 mulheres matriculadas no curso, destas, 12 conseguiram finalizar todas as ações e assim impactar as próprias vidas. Durante a realização

do curso, além das aulas teóricas e práticas, as empreendedoras eram incentivadas a participarem de eventos que estavam sendo realizados para o fortalecimento do empreendedorismo feminino.

É importante ressaltar que as características empreendedoras têm emergido como um diferencial, pois as organizações buscam profissionais que empreendem não só em negócios próprios, mas também sejam intraempreendedores nas organizações em que trabalham. Sendo assim, buscar o desenvolvimento destas competências torna-se um elemento importante para o profissional da atualidade.

A abordagem inclusiva e colaborativa, aliada ao uso de ferramentas digitais e encontros presenciais, mostrou-se eficaz na transmissão de conteúdos e no fortalecimento de habilidades e práticas conceituais essenciais para o sucesso nos negócios. Por meio de ações estruturadas, como mentorias, oficinas práticas e palestras, foi possível proporcionar às participantes não apenas conhecimento técnico, mas também estímulos significativos para a transformação comportamental e a ampliação de suas competências empreendedoras.

Por conseguinte, os resultados do curso evidenciam que programas de educação empreendedora são ferramentas poderosas para promover a autonomia financeira e o empoderamento feminino, contribuindo não apenas para o fortalecimento de negócios liderados por mulheres, mas também para a redução de desigualdades de gênero no mercado de trabalho. No entanto, os desafios enfrentados pelas empreendedoras, como a conciliação de responsabilidades familiares e profissionais e o acesso a recursos financeiros, reforçam a necessidade de continuidade de políticas públicas e iniciativas privadas voltadas para o fortalecimento do empreendedorismo feminino. Convém destacar, que o tema em pauta pode ter continuidade, com novas pesquisas e oportunidades para as mulheres empreendedoras.

REFERÊNCIAS

Alperstedt, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

Alves, Daniel Palácio. **Projeto piloto de empreendedorismo feminino e geração de renda “Mulheres solidárias”: uma análise dos resultados**. [Trabalho Aplicado apresentado à Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas, em cumprimento dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Gestão para a Competitividade], 2022.

Antonello, Claudia Simone. A metamorfose da aprendizagem organizacional: uma revisão crítica. **Aprendizagem organizacional e competências**. Porto Alegre: Bookman, p. 12-33, 2005.

Bakestrin, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. Redes de Cooperação Empresarial-: Estratégias de Gestão na Nova Economia. **Bookman editora**, 2016.

Bardin, Laurence. Análise de conteúdo. **São Paulo: Edições 70**, p.229. 2011.

Braga, Rafael Ferreira de Sousa. **Da graduação ao empreendedorismo: uma análise das competências empreendedoras dos graduandos e egressos do curso de Secretariado Executivo**. [Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Secretariado Executivo) – Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2023.

Cortez, Ana Eliza Galvão. **Redes de empreendedorismo feminino: explorando a formação e interação por meio da lógica effectuation**. [Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte]. 2023.

Diehl, Bruna Villas Boas; BOAS, Andréa Vilas. Elas Empreendedoras. **Simplíssimo**, E-BOOK, 2015.

Dornelas, José. Empreendedorismo transformando ideias em negócios-8a. edição. **Empreende Editora**, 2021.

Fernandes, Marcela Dias et al. **Empreendedorismo Feminino: experiências empreendedoras no segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas**. [Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), Universidade Federal do Amazonas], 2022.

Filgueiras, Vitor Araújo. "É tudo novo", de novo: as narrativas sobre grandes mudanças no mundo do trabalho como ferramenta do capital. **Boitempo Editorial**, 2021.

Fiuza, Nayara et al. Educação empreendedora para mulheres: estudo de caso do curso online "Empreenda como uma Mulher". **Extensão em Foco**, n. 30, 2023.

Gianturco, Adriano. O empreendedorismo de Israel Kirzner. **LVM Editora**, 2017.

Gil, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 7. ed. São Paulo: **Atlas**, 2022.

Gimenez, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Empreendedorismo Feminino No Brasil: Gênese E Formação De Um Campo De Pesquisa. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

Iizuka, Edson Sadao; COSTA, Heise Santos. Negócios inclusivos liderados por mulheres empreendedoras: busca por avanços teóricos e empíricos. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 20, n. 4, p. 417-435, 2022.

Lima, Jussara Maria et al. Empreendedorismo como aporte para o empoderamento econômico feminino. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 17, n. 48, p. 251-266, 2021.

Machado, Débora Mendonça Monteiro. Empreendedorismo, inovação e transformação digital: proposta de um método de avaliação para organizações projetificadas. 268 f. Tese (**Programa de Pós-Graduação em Gestão de Projetos**) - Universidade Nove de Julho, São Paulo. 2022.

Man, Thomas; LAU, Theresa. Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector: A qualitative analysis. **Journal of Enterprising Culture**, v. 8, n. 03, p. 235-254, 2000.

Nery, Fernanda Cândido Siegmann. **Desafios da equidade de gênero na área tributária: a representatividade de mulheres nas mais altas posições em organizações brasileiras**. [Dissertação de Mestrado, UNISINOS – Porto Alegre]. 2022.

Oliveira, Daniela Aparecida Castro. **Mulher na economia solidária: reflexões sobre sua participação**. [Dissertação apresentada a Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Ciência, Tecnologia e Sociedade], 2023.

Pascarelli, Mario. A nova administração pública: profissionalização, eficiência e governança. **DVS Editora**, 2013.

Peres, Thiago Brandão et al. **Do fervor à febre: empreendedorismo, suas origens e representações**. [Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Estudos Sociais e Políticos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro]. 2020.

Rêgo, Gildygleide Cruz de Brito. **Gestão da criatividade e inovação em empresas organizadoras de eventos**. [Dissertação de Mestrado – Brasil]. 2018.

Ries, Eric. O estilo startup: Como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. **Leya**, 2018.

Santos, Ana Clara Goes dos. A importância de capacitações para o empreendedorismo feminino. In: **Forum Rondoniense de Pesquisa**. 2022.

Santos, Eliane Davila dos; HAUBRICH, Gislene Feiten. Portal Rede Mulheres Empreendedoras: empreendedorismo, cultura e imagens de si. **Letras de Hoje**, v. 53, n. 3, p. 412-421, 2018.

Schwartz, Eleanor Brantley. Entrepreneurship-New female frontier. **Journal of Contemporary business**, v. 5, n. 1, p. 47-76, 1976.

Sebrae. Empreendedorismo feminino no Brasil: relatório especial. Brasília: SEBRAE, 2019.

Zampier, Marcia Aparecida. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos Ebape. BR**, v. 9, p. 564-585, 2011.