

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO**

Antônia Vitória Almeida da Silva
Priscila Cima

**Novembro entre Elas:
Em busca do fomento ao empreendedorismo feminino**

Florianópolis
2022

**Novembro entre Elas:
Em busca do fomento ao empreendedorismo feminino**

Trabalho de Curso apresentado à disciplina CAD 7305 como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Enfoque: Aplicado.

Área de concentração: Empreendedorismo

Orientador(a): Prof. Dr. Andressa Sasaki Vasques Pacheco

Florianópolis

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Cima, Priscila

Novembro entre Elas : Em busca do fomento ao
empreendedorismo feminino / Priscila Cima, Antônia da Silva
; orientador, Andressa Sasaki Vasques Pacheco, 2022.
63 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio
Econômico, Graduação em Administração, Florianópolis, 2022.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Palestras. 3. Empreendedorismo
feminino. 4. Educação empreendedora. I. da Silva, Antônia.
II. Sasaki Vasques Pacheco, Andressa . III. Universidade
Federal de Santa Catarina. Graduação em Administração. IV.
Título.

Antônia Vitória Almeida da Silva
Priscila Cima

**Novembro entre Elas:
Em busca do fomento ao empreendedorismo feminino**

Este Trabalho de Curso foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria Trabalho de Curso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 02 de março de 2022 .

Prof. Ana Luiza Paraboni
Coordenador de Trabalho de Curso

Avaliadores:

Prof^a. Andressa Sasaki Vasques Pacheco, Dr.
Orientadora
Universidade UFSC

Jéssica Rocha de Souza Pereira, Ma
Avaliadora
Doutoranda/PPGA/UFSC

João Alceu Ramos Beltrão, Me
Avaliador
Doutorando/PPGA/UFSC

Dedicamos este
trabalho a todas as
mulheres que buscam
realizar seus sonhos,
assim como nós.

"São as nossas escolhas que revelam quem realmente somos, muito mais que nossas habilidades."

Harry Potter-Joanna K. Rowling

AGRADECIMENTOS

Antônia

Não poderia deixar de começar agradecendo aos meus pais, Raimunda e Moisés, que foram a minha força e motivação para iniciar e concluir essa graduação. Desde que saíram do Piauí e enfrentaram todas as dificuldades para proporcionar uma vida melhor para mim e para minha irmã. Só tenho a agradecer por todo apoio e dedicar esse trabalho a vocês.

Agradeço também a minha irmã Alessandra e a minha irmã de coração Camila, por estarem sempre ao meu lado e acreditarem em mim.

Ao meu marido Jamison, por ter segurado a minha mão quando pensei em desistir e me ajudado todos os dias com a missão de estudar, trabalhar e ser dona de casa.

Aos meus amigos Gabriel e Jéssica, que conheci na UFSC e pretendo levar para toda a vida, obrigada por todos os trabalhos, todas as risadas e todos os momentos incríveis que passamos juntos nesses 5 anos de faculdade.

A minha parceira de trabalho Priscila, pois eu não poderia ter escolhido uma pessoa melhor para realizar esse projeto comigo. Priscila, a sua força de vontade e determinação me motiva todos os dias, você é uma mulher inspiradora e sem você com certeza esse trabalho não faria sentido. Apesar de nos conhecermos a pouco tempo, tenho certeza que ainda compartilharemos ótimos momentos juntas.

A todos os professores que tive a sorte de conhecer e receber um pouco dos seus conhecimentos, em especial as professoras Ani Caroline G. Potrich, Helena Uglione e o professor André Luis da Silva Leite, aprendi muito com vocês e suas respectivas disciplinas. Também de forma especial a nossa orientadora Andressa Sasaki, por todos os ensinamentos e por ter nos apoiado durante todo esse trabalho.

Por fim, agradeço a todos que ajudaram nas palestras, à Academy UFSC, ao Sebrae Delas e a todos que assistiram e contribuíram de alguma forma.

AGRADECIMENTOS

Priscila

É impossível concluir uma graduação sem o apoio e carinho recebido pelos pais e irmãos, então agradeço aos meus pais Noeli e Vanderlei, por todo suporte oferecido durante a minha vida inteira, em especial no período em que estive estudando. Obrigada pela educação que me deram, pelo bom exemplo de ações e caráter e por toda liberdade de escolha acerca das minhas decisões. Mesmo que por vezes, algumas decisões não os agradassem, sempre recebi apoio. Agradeço à minha irmã Giulia, que além de apoio, de dividir momentos engraçados e algumas leves discussões de irmãs, por diversas vezes cedeu espaço para que eu pudesse estudar. Eu amo vocês, obrigada por tudo.

Agradeço também aos meus demais familiares, avós, tios e primas, por sempre comemorarem as minhas conquistas e apoiarem minhas decisões.

Agradeço ao meu namorado, Nathaniel, pela parceria e por toda ajuda, principalmente nos conteúdos com cálculo. Obrigada pela paciência em me ajudar a entender o conteúdo e assim ser aprovada nas disciplinas que sempre tive dificuldade, além de sempre me apoiar, me incentivar a não desistir e de ouvir alguns desabafos quando as coisas não estavam indo muito bem. Você é um parceiro incrível, obrigada por tudo. Agradeço também aos meus sogros, Paulo e Neiva, que sempre me ajudaram, me ouviram e torcem pelo meu sucesso. Vocês são a família que eu escolhi ter.

E por falar em família, Aline, Amanda e Isadora, vocês também são a família que eu escolhi. Que me acolhem nos momentos bons e nos ruins, que me ajudam a tomar decisões, que já leram diversos trabalhos para me dar opinião se estavam bons ou não. Muito obrigada por cada palavra sincera que vocês me deram, por todo o incentivo, e até pelos puxões de orelha, afinal, amigo é pra isso. Sem vocês esse período de duração da faculdade teria sido muito mais pesado, obrigada por todos os momentos que já vivemos até aqui, e viveremos muito mais. Eu amo vocês pra sempre!

E não poderia deixar de fazer um agradecimento especial à Aline, minha musa do Excel, que sempre me ajudou quando eu não conseguia fazer algo nessa ferramenta cheia de segredos, muito obrigada!

Falando em faculdade, Gabriele, Monique e Mariana, tenho certeza que sem a nossa amizade e parceria nos trabalhos da faculdade e nos estudos em grupo, eu jamais estaria concluindo o curso. Ao ver a lista de aprovados, encontrar meu nome e da Gabi, já foi uma alegria muito grande. Já cheguei movimentando o grupo da turma ao sugerir que o trote fosse algo relacionado a dar banho em animais de abrigo, sem desperdício de alimentos, e foi com essa ideia que eu conquistei a amizade da Monique. Logo depois, a Mari se juntou ao grupo, e foi formado o melhor quarteto. Que nem sempre vivia só de beijos e abraços, tivemos discussões a respeito de trabalho em grupo, que logo foram resolvidas e ficaram separadas do nosso carinho e amizade. Obrigada por tudo meninas, obrigada por todo conhecimento compartilhado, também pela paciência em me ensinar conteúdos que eu estava com dificuldade, pelos nossos bons momentos e pela amizade pra vida.

Sobre amizade para a vida, Antônia, você foi uma dupla maravilhosa de trabalho, tanto neste trabalho quanto em outros que já fizemos juntas. Nos conhecemos, por enquanto, apenas de forma remota e a nossa conexão foi incrível, incluindo a coincidência do aniversário no mesmo dia e mês. Muito obrigada por ter sido sempre tão compreensiva, principalmente nos momentos apreensivos acerca da saúde da minha gatinha Bia. Muito obrigada pela parceria, pelos lembretes das aulas síncronas e por avisar quando meu microfone ficou aberto sem querer. Sem você esse trabalho não seria tão rico.

Obrigada a todos os demais colegas de curso que já tive contato, que já fiz trabalho, já estudei junto. Essa jornada não teria sido a mesma sem vocês.

O mesmo posso dizer sobre os professores dos quais tive o privilégio de ser aluna. Muito obrigada por dividir o seu conhecimento, por muitas vezes acolher, conversar e ser paciente com os alunos. Todos vocês são professores sensacionais, mas não poderia deixar de homenagear alguns professores que me marcaram e que levarei os ensinamentos para a vida.

Começando pela professora Evelize Welzel, que lecionou duas disciplinas na nossa primeira fase. Era incrível ver o amor nos olhos da Evelize ao lecionar, e ouvir o amor pelas palavras ditas. Confesso que no início fiquei assustada, com medo de não ser aprovada, o que passou longe de acontecer. Todo esse amor transmitido, foi muito bem absorvido e a aprovação com boas notas veio nas duas disciplinas. Logo depois, na

segunda fase, veio o Raphael Schlickmann, na disciplina Teorias da Administração, que claro, contava com diversos autores e teorias, fato que eu confesso não ter ficado muito feliz, pela dificuldade que tenho em lembrar de nomes. Mas o modo como o Raphael conduziu a disciplina, tanto na transmissão de conteúdo, quanto nas dinâmicas em sala, fez com que tudo ficasse bem.

Uma disciplina muito esperada por mim era Recursos Humanos, hoje em dia, expressão intitulada gestão de pessoas. A expectativa era alta, e a professora Helena Salles basicamente superou todas as expectativas, que aula sensacional! E então veio RH2, com o medo do trabalho gigantesco do professor Marcos Dalmau. Mais uma vez, ver o brilho nos olhos do professor ao dar aula, mesmo que seja sentado na mesa da cantina, porque o prédio estava fechado por causa de uma manifestação, fez o tal medo do trabalho ficar para trás. Ainda mais com todo o apoio dado pelo professor, que inclusive foi junto comigo buscar livros para auxiliar no trabalho. Muito obrigada professor!

E por fim, mas não menos importante, na ordem cronológica das disciplinas, veio a Andressa Sasaki, nossa orientadora, a professora lecionou a disciplina Administração de Materiais de uma maneira incrível, e ali eu soube quem me orientaria no TC. Muito obrigada por ser uma professora tão paciente, organizada e que pratica a escuta ativa, além de conceder preciosos conselhos. Muito obrigada por tudo, você é uma professora que eu nunca vou esquecer.

Agradeço também a professora Rebeca Barcellos, que foi minha orientadora na bolsa de pesquisa sobre o feminismo nos estudos organizacionais. Eu aprendi muito no período em que convivi com você e desenvolvi o trabalho. Muito obrigada pela oportunidade.

Outros professores que também foram muito importantes e especiais na minha vida acadêmica foram a Ani Potrich, Márcia Salles, Pedro Melo, Ricardo Buss e André Luís Leite, vocês são professores excepcionais, obrigada por todo ensinamento!

Agradeço a todos que aceitaram a ideia deste trabalho e a todos que participaram disso, muito obrigada.

RESUMO

O presente estudo possui o objetivo de fomentar o empreendedorismo feminino. Para isso, realizou-se quatro palestras de livre acesso e gratuitas com os temas “Como elaborar um plano de marketing?”, “Como organizar as finanças do seu negócio”, “Canva descomplicado - use a ferramenta ao seu favor” e “Gestão do tempo - como ser empreendedora multitarefas”. Após as palestras, aplicou-se uma pesquisa aplicada descritiva, que buscava conhecer melhor o perfil das mulheres empreendedoras que assistiram às palestras e suas opiniões sobre educação empreendedora. O questionário foi enviado a 532 participantes das palestras e obteve 49 respondentes. Do total de respondentes 45 identificam-se com o gênero feminino, 64,4% das respondentes declararam possuir formação superior. Na análise dos dados destacou-se dados como o de 75% das respondentes acreditarem que por serem mulheres empreendedoras dividem mais tarefas familiares versus profissionais. Corroborando com esse dado, na seção sobre as dificuldades de empreender, o fator conciliar atividades pessoais, familiares, estudo e medo de fracassar foram considerados relevantes para 70% e 60%, respectivamente. Na última seção é apresentado a proposta de ações, explicando como surgiu a ideia dos eventos e como aconteceu.

Palavras-chave: Palestras. Empreendedorismo feminino. Educação empreendedora.

ABSTRACT

This study has as an objective to foment the female entrepreneurship. Towards this goal, there were prepared four, open, free-of-charge, lectures with the themes "How to devise a marketing plan?", "How to organize your business's finance", "Canva uncomplicated - the tool used in your favor" and "Time management - how to be a multitasking entrepreneur". After the lectures, a applied research was applied to have a better grasp of the female entrepreneurs's profiles that watched to the lectures and their opinions about entrepreneurship education. The survey was sent to 532 participants and 49 answers were obtained. From all responses, 45 people indentified as female and 64.4% claimed to have higher education. One highlight obtained from the data review was that 75% of responses believed they were responsible for a larger share of household chores compared to proffessional tasks. Corroborating with this data, in the difficulties of entrepreneurship section, factors "finding balance between proffessional activities and personal or family activities" and "afraid of failure" were considered relevant to 70% and 60% of responders, respectively. The last section presents the planning and execution of the lectures, explaining how this idea came to be and how the study was developed.

Keywords: Female entrepreneurship. Entrepreneur education. Lectures.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Divulgação Novembro Entre Elas.....	33
Figura 2 - Divulgação “Como elaborar um plano de marketing?”.....	34
Figura 3 - Divulgação ‘Gestão do tempo: Como ser empreendedora multitarefas?.....	35
Figura 4 - Divulgação “Canva descomplicado: Use a ferramenta ao seu favor”.....	36
Figura 5 - Divulgação “Como organizar as finanças do seu negócio”.....	37
Figura 6 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 1.....	41
Figura 7 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 2.....	42
Figura 8 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 3.....	43
Figura 9 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 4.....	44
Figura 10 - Perfil da amostra.....	45
Figura 11 - Perfil da amostra 2.....	46
Figura 12 - Sobre mães empreendedoras.....	46
Figura 13 - Sobre mães empreendedoras 2.....	47
Figura 14 - Sobre como empreender.....	47
Figura 15 - Como você ficou sabendo do evento Novembro Entre Elas?.....	49
Figura 16 - Consumo de conteúdo que ajuda a empreender.....	51

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Modelo para investigação e análise do processo de aprendizagem empreendedora.....	24
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Tempo de empreendimento das respondentes.....	48
Gráfico 2 - Participação nas palestras Novembro Entre Elas.....	49
Gráfico 3 - Fontes de conteúdo de capacitação das respondentes.....	50
Gráfico 4 - Conteúdos considerados em falta pelos respondentes.....	52
Gráfico 5 - Motivos para empreender 1.....	52
Gráfico 6 - Motivos para empreender 2.....	53
Gráfico 7 - Dificuldades de empreender 1.....	54
Gráfico 8 - Dificuldades de empreender 2.....	54
Gráfico 9 - Dificuldades de empreender 3.....	55
Gráfico 10 - Dificuldades de empreender 4.....	55
Gráfico 11 - Dificuldades de empreender 5.....	56
Gráfico 12 - Dificuldades de empreender 6.....	56
Gráfico 13 - Dificuldades de empreender 7.....	57
Gráfico 14 - Sobre ser mulher empreendedora 1.....	58
Gráfico 15 - Sobre ser mulher empreendedora 2.....	58
Gráfico 16 - Avaliação das palestras do Novembro Entre elas.....	59

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Com o aumento das mulheres empreendedoras nos últimos anos, as autoras chegaram à conclusão de que poderia haver mais conteúdos gratuitos e de qualidade que apoiassem o empreendedorismo feminino. Este estudo utilizou-se da metodologia de pesquisa de campo de natureza aplicada e descritiva e tinha como objetivo geral fomentar o empreendedorismo feminino por meio de capacitações.

Para isso, foram realizadas quatro palestras de livre acesso e gratuitas com os temas “Como elaborar um plano de marketing?”, “Como organizar as finanças do seu negócio”, “Canva descomplicado - use a ferramenta ao seu favor” e “Gestão do tempo - como ser empreendedora multitarefas”.

Depois das palestras, aplicou-se um questionário que contou com 532 participantes inscritos, 49 responderam o questionário sigiloso, com 24 perguntas e tempo médio de resposta de quinze minutos. Dos 49 respondentes, 45 se identificaram como sexo feminino, então os 4 respondentes que não eram do sexo feminino tiveram sua participação encerrada no questionário.

O formulário foi desenvolvido buscando compreender realmente quem era esse público, então as perguntas estavam divididas entre dados primários, dados sobre empreendedorismo, maternidade e educação empreendedora. Das respostas obtidas alguns dados chamam atenção como o fato de que 85,7% das mulheres começaram a empreender após ter filhos, por necessidade ou por vontade de ter seu próprio dinheiro. Outro dado importante é que 70% das respondentes já possuem CNPJ.

Na última seção, foi solicitado que as respondentes avaliassem as palestras de 1 a 5 e todas as palestras tiveram como maior resposta o número 5. Por fim, foram colocados alguns temas para que as participantes votassem em qual(is) sentem necessidade de capacitação, os mais votados foram tomada de decisões, gestão do negócio, seguido de marketing digital, empoderamento e design.

2 INTRODUÇÃO

No tópico a seguir será contextualizada a problemática trabalhada, além dos objetivos gerais e específicos.

2.1 DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

As autoras deste trabalho são grandes entusiastas do movimento voltado à valorização dos pequenos negócios e negócios locais. Sendo consumidoras desse mercado, notaram que muitas mulheres começaram a empreender nos últimos anos, inclusive a autora Priscila Cima, que começou a atuar no mercado pet, como babá de animais.

Então, ambas chegaram à conclusão de que poderia haver mais capacitação gratuita para essas mulheres que se dividem entre estudar, ser mãe e empreender. Pois é notória a dificuldade em encontrar conteúdo de qualidade, curto e gratuito. Sabendo das dificuldades de conciliar diversas funções e empreender, em conjunto com a professora Andressa Sasaki Vasques Pacheco, orientadora deste trabalho, surgiu a ideia de criar eventos que pudessem ajudar as empreendedoras em alguns assuntos que não são vistas tantas palestras ou conteúdos.

Além disso, essa foi uma forma de retribuir à sociedade o que foi obtido de aprendizado no ensino gratuito na universidade, visto que foram pensados em temas para as palestras, que muitas vezes ficam apenas em sala de aula. Também foi um momento de unir forças com outras mulheres empreendedoras que possuem vontade de replicar seus conhecimentos e fortalecer o negócio de outras mulheres.

Logo, o objetivo geral deste trabalho é fomentar o empreendedorismo feminino por meio de capacitações. Dessa forma, foram planejadas quatro palestras gratuitas e de livre acesso, que foram organizadas pelas autoras, em parceria com o projeto Academy UFSC e Sebrae-SC representado pelo projeto Sebrae Delas e Sebrae Educação Empreendedora. Que também contou com o apoio da professora Dra. Andressa Sasaki Vasques Pacheco e das palestrantes que participaram dos eventos de forma voluntária.

De modo a contemplar o objetivo geral do trabalho, pretendeu-se atingir o objetivo específico:

- a) Realizar as palestras;

- b) Identificar as métricas das palestras;
- c) Conhecer o público participante.

Entendeu-se importante tratar sobre empreendedorismo feminino pois a atuação da mulher na posição empreendedora, além da sua conquista pessoal e financeira, trás um grande empoderamento. Segundo Pombo (2022) “ser empreendedor significa, acima de tudo, ser um realizador que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação.”. Então, além de tudo, essas mulheres podem utilizar e externalizar sua criatividade em produtos e serviços a serem ofertados.

Segundo pesquisa do Sebrae (2021), as mulheres empreendedoras sentem a necessidade de uma rede de apoio, onde grupos com o mesmo objetivo pudessem se ajudar mutuamente, pois acreditam que existe uma facilidade maior para os homens, no sentido de conciliar o empreendedorismo com outras tarefas e no preconceito que muitas mulheres em evidência sofrem.

Além disso, aproximadamente metade das respondentes da pesquisa Sebrae (2021), não utiliza nenhum sistema no seu negócio, possuindo poucos softwares ou ferramentas que auxiliem na gestão de processos. Todos esses dados contribuíram para que as autoras abordassem esse tema.

2.2 JUSTIFICATIVA

Com a crescente vontade de trabalhar com o que se ama e da independência financeira, muitas mulheres resolveram ir atrás dos seus sonhos e iniciar uma história no empreendedorismo. Mas é notória que a vida de quem empreende é bastante cansativa e infelizmente isso se agrava no caso das mulheres, que muitas vezes possuem jornadas dupla ou tripla. Com a finalidade de levantar a descrição dessas dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras e oferecer capacitação através dos eventos, foi escolhido o empreendedorismo feminino para essa pesquisa.

Portanto, esse estudo se fundamenta na importância de fomentar o empreendedorismo feminino, fornecendo conteúdos para apoiar as mulheres empreendedoras, além de incentivar e enriquecer a educação empreendedora.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo descreve a contribuição teórica utilizada no desenvolvimento do estudo aplicado, embasando a sua elaboração a partir da compreensão das temáticas do empreendedorismo, empreendedorismo feminino e educação empreendedora:

3.1 EMPREENDEDORISMO

Entende-se que o conceito de empreendedorismo compreende pessoas que dentro de uma sociedade produzem oportunidades e desempenham uma atuação econômica de forma organizada. E, segundo Amorim e Batista (2012) o empreendedor é capaz de criar formas para realizar mudanças em vários âmbitos de uma sociedade e suprir suas demandas.

Na realização dessas mudanças, existem duas formas de empreender, que são: o empreendedorismo clássico e o corporativo. E a principal diferença entre eles é a forma como se relaciona dentro da organização. No empreendedorismo clássico o empreendedor normalmente age de forma individual e é o dono da empresa, já no empreendedorismo corporativo os empregados podem empreender e desempenhar uma função dentro da empresa (MIRANDA; SILVEIRA, 2010).

Já sobre o empreendedorismo no Brasil, na década de 1990 com o aumento no índice de desemprego, muitos desses trabalhadores arriscaram-se a criar novos negócios, corroborando com essa crescente no número de novas empresas o Governo Federal criou o Programa Brasil Empreendedor, formado em 1999, seu objetivo era captar recursos junto a intermediários financeiros e capacitar os empreendedores brasileiros na construção de planos de negócio (DORNELAS, 2018). Ainda na década de 1990, ocorreu a abertura econômica ao comércio internacional, auxiliando na valorização do tema empreendedorismo (MIRANDA; SILVEIRA, 2010).

Portanto, antes dessa década não eram ofertadas disciplinas e conteúdos sobre empreendedorismo nas universidades e existia um pensamento comum de que o empreendedor era alguém que já nascia com o perfil necessário para criar uma empresa (SALIM; SILVA, 2010). De acordo com Mello et al. (2010) após os anos de 1990 houve

um aumento nas pesquisas na área de estudo do empreendedorismo no Brasil e passou a ser difundido na EnANPAD(Encontros da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração) dos anos 2000 em diante.

Conforme Dornelas (2018), é importante ressaltar a instituição do Programa Empreendedor individual, criado pela Lei Complementar nº 128/2008, que modernizou a Lei Complementar nº123/2006. Esse programa tinha como meta tirar os empreendedores da informalidade e mostrou-se eficaz, pois em pesquisas realizadas pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em 2010, houve um aumento no número de micro e pequenas empresas de 4,1 milhões para 5,7 milhões, em um período de 2000 a 2008.

Além disso, no relatório da Agenda Estratégica das Micro e Pequenas Empresas 2011-2020 publicado pelo Sebrae, os dados demonstram a influência dessas empresas para a economia brasileira:

98% das empresas existentes no país.
21% do Produto Interno Bruto (PIB).
52% do total de empregos com carteira assinada.
29,4% das compras governamentais.
10,3 milhões de empreendedores informais.
4,1 milhões de estabelecimentos rurais familiares.
85% do total dos estabelecimentos rurais.
(DORNELAS, 2018. p, 3)

Por fim, é importante citar a relevância do Sebrae no cenário do empreendedorismo nacional brasileiro, o Sebrae foi instituído no ano de 1972 denominado de Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (Cebrae), apenas no ano de 1990 o Cebrae transformou-se em Sebrae, através do decreto nº 99.570, complementando a Lei nº 8029, de 12 de abril, passando a ser uma instituição privada, sem fins lucrativos. Após isso o Sebrae expandiu-se para todos os estados brasileiros e auxiliou na criação de muitas micro e pequenas empresas, fornecendo ainda conteúdos para capacitação de milhares de pessoas (SEBRAE,2022)

3.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Antigamente, ditados populares diziam que “lugar de mulher é em casa”, onde as mulheres eram vistas como menos capazes que os homens, o que se perpetua atualmente por alguns seguidores desse pensamento. Mas atualmente sabemos que “lugar de mulher é onde ela quiser” e essa pesquisa sobre empreendedorismo feminino irá mostrar alguns dados que reforçam essa máxima.

São poucas as pesquisas aprofundadas sobre o empreendedorismo feminino, portanto é importante contribuir com os estudos nessa área (JONATHAN; SILVA,2007).Contudo,é possível definir a mulher empreendedora como singular e histórica. Ela é capaz de atribuir as mais variadas relações da sua vida um significado dentro da sua subjetividade (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013).

Muitos estudos destacam os percalços enfrentados pelas mulheres no processo de empreender, pois elas precisam equilibrar as suas funções perante a sociedade, principalmente seu papel de mãe e o estresse gerado por ter que gerenciar vários fatores da sua vida. Além disso, ainda existe a falta de auxílio e a pouca experiência como empreendedoras (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM,2014).

Ramos(2013) apresenta uma outra perspectiva sobre o empreendedorismo e o fato das mulheres serem multitarefas,ele afirma que o empreendedorismo feminino também pode advir das dificuldades em conciliar os horários de um emprego fixo com as suas funções familiares e pessoais, o que pode levar as mulheres a empreender.

Mesmo com tantos desafios as taxas de empreendedorismos femininos vem crescendo:

Quanto ao Brasil, dados de 2012 do Relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indicam que a taxa de empreendedorismo feminino inicial é de 14,7% da população adulta, o que coloca o Brasil na 15ª posição entre 67 países pesquisados.(CARREIRA et al., 2015,p. 9).

Apesar da crescente no número de mulheres empreendedoras, ainda há indícios de que as mulheres possuem dificuldade para conseguir crédito e as empresas criadas por elas são geralmente de pequeno porte. (MACHADO; BARROS; PALHANO, 2003).

Contribuindo com isso, um estudo exploratório realizado demonstra a carência de políticas públicas que auxiliem a mulher empreendedora, levando em consideração que a maioria dessas empresas são de pequeno porte, seria importante que essas

mulheres tivessem treinamento gerencial e apoio financeiro na abertura de suas empresas.(MACHADO; BARROS; PALHANO, 2003).

Existe ainda uma comparação entre a figura masculina e feminina na função de empreender, de acordo com pesquisa qualitativa realizada pelo Sebrae(2021), as diferenças entre o empreendedor e a empreendedora é que existe um preconceito velado nas relações, onde muitas vezes as pessoas não dão credibilidade às mulheres. Muitas vezes os funcionários não possuem o mesmo respeito pelas líderes mulheres e elas não são reconhecidas como um ideal. Também foi relatado na pesquisa qualitativa Sebrae(2021) que por falta de tempo e por ter que conciliar mais tarefas profissionais e pessoais que os homens as empreendedoras não conseguem implementar muitas ideias de marketing.

Destaca-se ainda programas que buscam fomentar o empreendedorismo feminino, como o Sebrae Delas(Desenvolvendo Empreendedoras Líderes Apaixonadas pelo Sucesso), esse programa é realizado pelo Sebrae SC e têm o objetivo de maximizar a possibilidade de uma empresa ou ideia comandado por mulheres tenha êxito (SEBRAE,2022).

3.3 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO BRASIL

A educação é muito importante para o processo de formar o ser humano, dentro do meio acadêmico utiliza-se a palavra socialização, pois inclui a educação formal e informal. O início da educação empreendedora está conectado aos cursos de administração de empresas e dentro das faculdades de administração ocorreu o seu desenvolvimento (LAVIERI, 2010).

De acordo com Lavieri (2010), atualmente há um desenvolvimento do ensino empreendedor, demonstrando cada vez mais a importância do empreendedorismo principalmente para a globalização e crescimento de países subdesenvolvidos como Brasil, China, Índia e outros. Nessa perspectiva, é importante que os países incentivem a cultura empreendedora, em todos os níveis educacionais (LOPES, 2010).

No Brasil, o primeiro curso de empreendedorismo foi criado no ano de 1981 na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas e ministrada pelo professor Ronaldo Degen (LAVIERI, 2010).

Hoje existe um consenso maior sobre o processo de aprendizagem do empreendedor que deve ser desenvolvido as habilidades e competências necessárias ao longo da vida:

Portanto, a pergunta sobre a possibilidade de ensinar alguém a ser empreendedor hoje desperta menos polêmica. O foco se deslocou mais para: como é possível educar/treinar, qual o conteúdo mais adequado e segundo que metodologia e técnicas. (LOPES,2010, p. 22)

A literatura destaca algumas competências inerentes aos empreendedores que podem ser desenvolvidas através de capacitação.

Os empreendedores são comumente identificados em relação a características de inovação, reconhecimento de oportunidades etc. e, para compreender o empreendedorismo nesta acepção, é importante entender como os empreendedores desenvolvem suas competências – para isso, é necessário, também, compreender como ocorre o processo de aprendizagem empreendedora, uma vez que a literatura já tem dado e comprovado evidências suficientes desta inter-relação.(ZAMPIER; TAKAHASHI,2011,p.2)

Sendo assim, a educação empreendedora pode focar tanto naquele que busca uma oportunidade e que ainda não criou seu negócio como naquele que está em formação, ainda em quem está criando ou seu negócio ou já criou e busca aprimorar (LOPES, 2010).

De acordo com a pesquisa GEM(Global Entrepreneurship Monitor – GEM), os empreendedores que possuem menos educação e preparo tendem a criar negócios com probabilidades menores de crescimento e os mais educados e prontos, geralmente baseiam seus negócios em possibilidades reais (LOPES; TEIXEIRA, 2010).

O quadro 1, segundo Moraes e Hoeltgebaum(2003), apresenta um modelo para aprendizagem empreendedora:

Quadro 1 - Modelo para investigação e análise do processo de aprendizagem empreendedora

Etapas da aprendizagem do empreendedor	Aspectos explorados em cada etapa
Aprendizagem para o empreender	Como o empreendedor adquiriu as habilidades que lhe possibilitaram tornar-se um empreendedor, ou seja, abrir seu próprio negócio.
Aprendizagem gerencial	Como o empreendedor aprendeu a gerenciar o seu próprio negócio.
Aprendizagem estratégica	Como o empreendedor adquiriu conhecimentos, habilidades e atitudes que lhe possibilitaram agir estrategicamente no seu negócio.

Fonte: Moraes e Hoeltgebaum (2003, p. 16).

Fonte: Moraes e Hoeltgebaum(2003) apud ZAMPIER; TAKAHASHI,(2011,p.574)

Porém, Barlach (2014), afirma que mesmo em pessoas com um nível alto de motivação para realizar atividades, não existe um perfil único de empreendedor definido pelos estudiosos da área , pois não é possível contemplar todos os modos de sucesso e fracasso já obtidos. Dentro desse contexto, é possível assegurar que existem vários tipos de empreendedores, cada um com sua forma de empreender e características próprias.

De forma geral, há algum consenso indicando que a sensação de estar permanentemente sob pressão e apresentar extremos de competitividade, agressividade, impaciência, e luta pela realização seriam alguns elementos do perfil empreendedor.(BARLACH, 2014, p.276).

Portanto, é difícil mensurar se é possível ensinar a ser empreendedor, pois muitas vezes é complicado apurar dados coerentes, sendo que os resultados podem vir tempos depois da aplicação da educação empreendedora (LOPES,2010).

Ainda existem muitas questões que na área do ensino empreendedor, é necessário estudar profundamente as várias vertentes que o percorrem (ARAÚJO; DAVEL, 2018).

Após as contribuições teóricas que embasaram esse estudo, será apresentado no próximo capítulo a metodologia utilizada.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho utilizou-se da metodologia de pesquisa de campo, que segundo Lakatos e Marconi (2017) o conceito de pesquisa de campo é o estudo realizado com a intenção de obter conhecimento ou levantar informações a respeito de um problema que o autor está procurando resposta, sobre uma hipótese a ser comprovada ou com o objetivo de descobrir algo novo. Neste caso, a pesquisa de campo foi utilizada para obter informações sobre o fomento ao empreendedorismo e quais tópicos estão com deficiência de abordagem em palestras e eventos gratuitos. Ainda segundo a autora, a pesquisa de campo consiste na observação de fatos e fenômenos da forma que acontecem sem interferência, na coleta de dados desses fenômenos e na anotação das variáveis que são consideradas importantes para análise.

Gil (2002) conclui que o estudo de campo foca em um determinado grupo ou comunidade, e para esse estudo, utiliza técnicas de observação e esse é um modelo clássico, originado na antropologia. Ainda segundo o autor, que chama o grupo também de comunidade, explica que a comunidade não tem apenas relação geográfica. A comunidade pode ser de estudo, de trabalho, de lazer ou qualquer outra atividade entre humanos, nesse caso é uma comunidade de trabalho, que mesmo acontecendo por mulheres sem relação direta entre as outras, estão no mesmo grupo de mulheres empreendedoras. Gil explica que a pesquisa é desenvolvida por meio de observação direta das atividades do grupo que foi escolhido como objeto de estudo, ou entrevistas com esses participantes, com posterior interpretação. O autor ainda completa que, em geral, esses procedimentos não são utilizados de forma isolada, e sim em conjunto com análise documental, vídeos e fotografias, quando cabe ao estudo.

Quanto à natureza, este trabalho é uma pesquisa aplicada, que objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais (SILVA; MENEZES, 2001).

Lakatos e Marconi (2017) pontuam que a pesquisa de campo possui algumas fases, sendo a primeira o levantamento bibliográfico sobre o tema, para entender melhor a situação em que o assunto se encontra no momento e conhecer um pouco mais dos trabalhos já realizados acerca do assunto. Para a autora, o segundo passo é, de acordo

com a natureza da pesquisa, definir qual ou quais técnicas de registro e de análise serão utilizadas para realizar a coleta de dados.

Com relação ao objetivo, a pesquisa é descritiva, e segundo Gil (2002) a ideia da pesquisa descritiva é descrever as características da população alvo. Especialmente quando o objetivo do estudo é estudar as características como idade, sexo, procedência. Que neste estudo são características como: idade, graduação concluída ou não, curso concluído, se possuem filhos ou não, entre outras características descritas a seguir.

Quanto aos eventos, a ideia surgiu em conjunto com a professora Dra. Andressa Sasaki Vasques Pacheco, que entrou em contato com a Marina Andrade, do Sebrae-SC, que faz parte do projeto Sebrae Delas e Educação Empreendedora e que prontamente aceitou a ideia de formar uma parceria entre os programas do Sebrae, o trabalho de conclusão de curso e o projeto Academy UFSC. Assim, as próximas etapas foram baseadas em escolher temas a serem abordados, e depois de decididos os temas, escolher mulheres que pudessem palestrar sobre o assunto.

Em meados de Agosto de 2021 houve reunião com membros do Sebrae, a autora Priscila e a professora Andressa, onde começaram a surgir temas, possíveis palestrantes, formato do evento, se seria feito tudo em um dia só, uma trilha, uma palestra por semana. E assim, foi decidido em conjunto que seria realizada uma palestra por semana, sempre às segundas-feiras, com exceção de uma data em que seria feriado, data que provavelmente haveria pouco público. Então, as datas escolhidas foram: 01/11/2021, 8/11/2021, 22/11/2021 e 29/11/2021.

Com as datas estabelecidas, era possível estabelecer quais temas seriam interessantes de abordar, e partir para o levantamento de possíveis palestrantes. De diversos temas, os escolhidos foram finanças, gestão do tempo, marketing digital e como utilizar a ferramenta Canva. Então, com os temas em mãos, foi possível pensar em mulheres que possuem domínio no assunto e poderiam colaborar com o evento. Então a autora Priscila enviou alguns e-mails e mensagens privadas em perfil corporativo e todas as convidadas aceitaram participar do evento.

Então foi conversado a respeito das datas disponíveis, cada palestrante escolheu a que melhor se adaptava à sua rotina e nesse ponto havia sido definido tema, palestrante e data. Então a palestrante e até então bolsista do projeto Academy, Joyce Ferreira, criou as peças de divulgação para que houvesse início às inscrições e

divulgação nas redes sociais das autoras deste trabalho, do Sebrae-SC e do projeto Academy UFSC. O público logo começou a comentar sobre os eventos, marcando amigas e colegas nas publicações e as inscrições começaram. Por conta da pandemia e por prezar pela saúde das palestrantes e participantes, o evento ocorreu totalmente de forma remota. Além de não contribuir com aglomeração, facilitou o acesso de empreendedoras multitarefas, que têm filhos para cuidar, por exemplo.

Então, no primeiro dia de evento, 01/11/2021 com a Rafaela Guimarães falando sobre marketing digital, o público atingido foi de 251 pessoas de forma simultânea, que levantaram muitas dúvidas e muitos comentários, houve uma interação espetacular. E como o vídeo está disponível para acesso, pode impactar ainda mais pessoas.

Na segunda data, o tema tratado foi finanças, tanto pessoal quanto no negócio, quem palestrou foi Jéssica Campara, com um público simultâneo de 228 pessoas que levantaram muitas dúvidas e comentários, ocorreu uma troca muito legal.

No dia 22/11/2021 foi a vez da Joyce Ferreira dividir seus conhecimentos com relação à ferramenta Canva, muito utilizada para criação de artes, cartões e vídeos para divulgação de produtos ou serviços. Como o evento ocorreu de forma remota, tudo dependia do bom funcionamento da internet, que infelizmente nesse dia estava um pouco instável, então o número de acessos simultâneos foi um pouco inferior, mas a palestra foi ótima. Joyce refez um modelo próprio de cartão de natal animado e com música, então as ouvintes poderiam criar um modelo com figuras diferentes, mas já sabiam onde pesquisar, como incluir, como posicionar e como utilizar a ferramenta, que possui diversas opções para uso gratuito.

Por fim, Ive Caceres encerrou os eventos com uma palestra super interessante, com diversas dicas, tarefa síncrona e foi muito elogiada pelo público, que foi de 146 pessoas de forma síncrona, mas assim como todas as outras palestras, continua disponível para acesso a quem tiver interesse.

Como os eventos foram o objetivo e parte prática deste trabalho, era necessário obter um levantamento de dados com relação a idade das participantes, local de residência, se já empreendem, se possuem CNPJ ou não, entre outras perguntas. Então, dos 532 participantes inscritos, 49 responderam o questionário sigiloso, com 24 perguntas e tempo médio de resposta de quinze minutos. O questionário foi elaborado na plataforma Google Docs, de modo a ser compartilhado entre as autoras do trabalho.

As questões foram pensadas de modo a entender realmente quem foi esse público, então as perguntas estavam divididas entre dados primários, dados sobre empreendedorismo, maternidade e educação empreendedora. Os dados obtidos como resposta e os dados das pessoas inscritas nos eventos foram mantidos em sigilo conforme LGPD e por esse motivo, o questionário foi enviado diretamente pela plataforma em que as pessoas se inscreveram nos eventos. Como no primeiro, em 30 de novembro de 2021 o número de respondentes ficou bastante abaixo do esperado, 9 de dezembro de 2021 foi reenviado o questionário, a fim de obter maior número de respondentes. Essa estratégia funcionou muito bem, pois o número de respostas aumentou em 20 questionários respondidos.

5 PROPOSTAS DE AÇÕES

O presente trabalho foi idealizado como forma de retribuir à sociedade, de forma prática, parte do conhecimento adquirido no curso de Ciências da Administração na Universidade Federal de Santa Catarina. A realização deste trabalho teve início na definição do tema a ser trabalhado, empreendedorismo feminino.

Ao levantar o tema, ocorreu a ideia de idealizar eventos sobre assuntos práticos pertinentes ao universo do empreendedorismo feminino. Por ser coordenadora do projeto Academy UFSC, a professora dra. Andressa Pacheco, orientadora deste trabalho, sugeriu que fosse realizada parceria com o projeto, que já possui experiência em eventos. Como o projeto é parceiro Sebrae-SC no programa Educação Empreendedora, também foi levantada a ideia de mais uma parceria. Ao entrar em contato com o projeto Academy e com a funcionária da Gerência de Inovação e Empreendedorismo do Sebrae-SC e coordenadora do programa Sebrae Delas, Marina Elena Miggiolaro, a parceria foi firmada entre os programas: Academy UFSC, Sebrae Educação Empreendedora e Sebrae Delas.

Vale ressaltar que os eventos foram conduzidos a muitas mãos, participou da organização também por parte do Sebrae, Luciana Matos Santos Lima, pelas autoras deste trabalho, Priscila Cima e Antônia Vitória Almeida da Silva, e os participantes do Academy UFSC, Joyce Ferreira, Gustavo Mendes Gomes e Taylon Brutus Steffens Silva.

Firmada a parceria e apoiada a ideia da realização dos eventos, diversas possibilidades foram abertas, como fazer apenas um dia com diversas palestras, dividir dia após dia com palestras diferentes ou, da forma que ocorreu, com uma trilha de conhecimento, ocorrendo palestras nas segundas-feiras do mês de novembro. As datas ficaram definidas para 01/11/2021, 8/11/2021, 22/11/2021 e 29/11/2021, a segunda-feira dia 15/11/2021 não foi escolhida para realização de nenhuma palestra por se tratar de feriado e ter como um possível resultado, baixo público.

Foi então que levantaram-se hipóteses de temas, em parceria com o projeto Academy UFSC. Dos diversos assuntos levantados, foram selecionados 4 temas para aprovação geral. Os temas selecionados foram:

1. Como elaborar um plano de marketing?

2. Como organizar as finanças do seu negócio
3. Canva descomplicado- Use a ferramenta a seu favor
4. Gestão do tempo- Como ser empreendedora multitarefas?

O próximo passo foi a busca de palestrantes que dominassem o tema das palestras e aceitassem falar durante o evento, de forma colaborativa, sem pagamento de cachê. Levantadas as hipóteses de palestrantes e com o acordo de todos da organização, foi feito contato e convite para os eventos. As palestrantes foram:

Rafaela Guimarães, aluna formada em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina no primeiro semestre de 2021, é fundadora do Podcast Marketing & Negócios, onde já recebeu diversos convidados como Marcelo Trevisani, CMO da IBM, Robson Harada, Head de Growth Marketing do Itaú, Greta Paz, CEO da Eyxo. Possui sua própria newsletter onde atualiza sua comunidade sobre as tendências e notícias de marketing e negócios. Rafaela atua há 5 anos com marketing digital, onde já impactou diversas empresas e profissionais com estratégias digitais. Por gostar da área, já atuou com marketing pessoal de executivos do mercado. Além disso, já estagiou na universidade de Stanford em um programa de MBA que reunia alunos brasileiros e chineses. Já deu aulas de marketing nas redes sociais na pós-graduação da FAAP e na Instituição de ensino em marketing de Portugal e também atuou como analista de marketing em empresa de tecnologia de Florianópolis, atualmente é coordenadora de redes sociais de empresa de cosméticos naturais e atuou em diversos projetos de inovação.

A palestrante Jéssica Pulino Campara, possui o título de Doutora em Finanças Comportamentais pela Universidade Federal de Santa Catarina (2020), Mestre em Finanças Comportamentais pela Universidade Federal de Santa Maria (2016) e Administradora de empresas pela Universidade Federal de Santa Maria (2014). Sua atuação profissional é de consultora financeira pessoal e empresarial, com enfoque comportamental, além de pesquisadora na área de Finanças Comportamentais, com mais de 50 publicações sobre o assunto e mais de 40 workshops de educação financeira e comportamento ministrados. Jéssica também é Diretora Financeira da Plano A Contabilidade.

Além disso, Jéssica atuou como professora universitária, onde ministrou as disciplinas de Administração Financeira, Finanças Corporativas, Mercado de Capitais e Análise das demonstrações contábeis. Atuou como Coordenadora dos cursos de Ciências Contábeis e Administração. Coordenou a CPA e presidiu NDE e Colegiado de curso. E foi professora de pós-graduação em disciplinas como gestão de crédito e risco e Indicadores Financeiros voltados à gestão.

Joyce Ferreira é Graduada em Design de Produtos na Universidade Federal de Santa Catarina. Formação em Técnico de Multimídia (SENAC-SP). Autora de capítulos de livros institucionais. Integrante do Centro Acadêmico do Design e Design de Produto (2021), Integrante da Comissão de Validação de Autodeclaração de PPN na UFSC (2021) e foi Estagiária nos Projetos Academy e LINC Social. Atualmente atua como estagiária em uma empresa privada em Florianópolis.

Ive Caceres é Redatora, professora e gestora de projetos com foco em economia criativa e empreendedorismo. Pesquisadora sobre transformações e futuro do trabalho, consultora de inovação social e empreendedora da Semente Negócios e idealizadora das aulas de escrita da Texto Nosso de Cada Dia.

Ive também trabalha com escrita, facilitação de aulas e gestão de projetos com foco em economia criativa e empreendedorismo. Graduada em Publicidade e Propaganda (Ucsal BA), Pós-graduada em Gestão em Economia Criativa (Belas Artes SP), pesquisa sobre as transformações do trabalho e o empreendedorismo contemporâneo como aluna especial do mestrado de inovação e empreendedorismo (FEA-USP). Possui experiência com planejamento de live marketing em agências de comunicação, coordenação e execução de projetos culturais, escrita e visão estratégica para elaboração de projetos em leis de incentivo fiscais e editais públicos e privados, liderança de times, consultoria em inovação social, gestão de projetos com foco em educação empreendedora e criação de metodologias para empreendedorismo feminino e de negócios tradicionais.

Vale ressaltar que os dados das palestrantes são referentes ao período de escrita deste trabalho, que compreende Outubro de 2021 a Março de 2022, e que eventualmente terão mudanças ao longo do tempo.

Dito isso, o quadro de datas, horário, palestrante e assunto ficou completo, sendo:

- Rafaela Guimarães palestrante no dia 01/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema: Como elaborar um plano de marketing?
- Jéssica Campara, palestrante no dia 8/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema: Como organizar as finanças do seu negócio
- Joyce Ferreira, palestrante no dia 22/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema: Canva descomplicado: Use a ferramenta a seu favor
- Ives Caceres, palestrante no dia 29/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema Gestão do tempo: Como ser empreendedora multitarefas?

Com os temas definidos com suas respectivas datas, horários e palestrantes, foi possível iniciar a divulgação geral, que teve início em 20/10/2021 na rede social Instagram, no perfil do Academy UFSC e no dia 28/10/2021 na rede social Instagram, no perfil do Sebrae SC. Ao longo do tempo foram realizadas chamadas individuais para relembrar a palestra que estava próxima. Abaixo, as peças de divulgação dos eventos, criadas por participantes do Academy UFSC:

Figura 1 - Divulgação Novembro Entre Elas

NOVEMBRO ENTRE ELAS

Inscreva-se

<https://bit.ly/3FYpNBW>

Rafaela Guimarães
Como elaborar um plano de marketing?
Dia 01/11, das 18h30 às 19h30

Jéssica Campara
Como organizar as finanças do seu negócio
Dia 08/11, das 18h30 às 19h30

Joyce Ferreira
Canva descomplicado: Use a ferramenta a seu favor
Dia 22/11, das 18h30 às 19h30

Ive Caceres
Gestão do tempo: Como ser empreendedora multitarefas?
Dia 29/11, das 18h30 às 19h30

UFSC ACADEMY SEBRAE DE LAS SEBRAE

Fonte: Academy UFSC

Figura 2 - Divulgação “Como elaborar um plano de marketing?”

**NOVEMBRO
ENTRE ELAS**

RAFAELA GUIMARÃES

Coordenadora de redes sociais da Simple Organic. Fundadora do Podcast Marketing & Negócios. Estrategista Digital. Atua ha 5 anos com marketing digital. Formada em Administração pela UFSC. Já impactou diversas empresas e profissionais com estratégias digitais e já estagiou na universidade de Stanford.

Como elaborar um plano de marketing?
Dia 01 de novembro das 18h30 às 19h30

UFSC ACADEMY SEBRAE DE LAS SEBRAE

Fonte: Academy UFSC

Figura 3 - Divulgação “Gestão do tempo: Como ser empreendedora multitarefas?”

**NOVEMBRO
ENTRE ELAS**

IVE CACERES
Redatora, professora e gestora de projetos com foco em economia criativa e empreendedorismo. Pesquisadora sobre transformações e futuro do trabalho, consultora de inovação social e empreendedora da Semente Negócios e idealizadora das aulas de escrita da Texto Nosso de Cada Dia.

Gestão do tempo: Como ser empreendedora multitarefas?
Dia 29 de novembro das 18h30 às 19h30

UFSC ACIDENT EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA SEBRAE DE LAS SEBRAE

Fonte: Academy UFSC

Figura 4 - Divulgação “Canva descomplicado: Use a ferramenta ao seu favor”

**NOVEMBRO
ENTRE ELAS**

JOYCE FERREIRA

Graduada em Design de Produto na Universidade Federal de Santa Catarina. Formação em Técnico de Multimídia (SENAC-SP). Autora de capítulos de livros institucionais. Integrante do Centro Acadêmico do Design e Design de Produto (2021). Integrante da Comissão de Validação de Autodeclaração de PPN na UFSC (2021). Estagiária nos Projetos Academy e LINC Social.

Canva descomplicado: Use a ferramenta a seu favor
Dia 22 de novembro das 18h30 às 19h30

UFSC ACADEMY EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA SEBRAE DE LAS SEBRAE

Fonte: Academy UFSC

Figura 5 - Divulgação “Como organizar as finanças do seu negócio”

**NOVEMBRO
ENTRE ELAS**

JÉSSICA CAMPARA
Consultora financeira pessoal e empresarial, com enfoque comportamental.
Pesquisadora na área de Finanças Comportamentais, com mais de 50 publicações.
Mais de 40 workshops de educação financeira e comportamento ministrados.
CFO da Plano A Contabilidade.

Como organizar as finanças do seu negócio
Dia 08 de novembro das 18h30 às 19h30

UFSC ACADEMY **EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA SEBRAE** **DE LAS** SEBRAE
Lorem ipsum

Fonte: Academy UFSC.

A trilha de conhecimento contou com a inscrição de 532 pessoas. Sendo que destes, o acesso simultâneo na palestra Como elaborar um plano de marketing? foi de 72 acessos, 58 acessos de pico simultâneo, durante a apresentação sobre como organizar as finanças do seu negócio foram 30 acessos simultâneos assistindo a palestra canva descomplicado- Use a ferramenta a seu favor e, por fim, pico simultâneo de 33 acessos na palestra sobre gestão do tempo.

Com relação à análise individual dos vídeos, até o momento de publicação deste trabalho, os dados são:

Referente à primeira palestra “Como elaborar um plano de marketing?”, que aconteceu 78 dias atrás, em 02 de novembro, houveram 93 visualizações do vídeo, o tempo total de exibição foi de 11,1 horas e ao ver o vídeo, quatro pessoas se inscreveram no canal Academy UFSC. Além disso, 62 mensagens foram trocadas no chat e o pico de telespectadores simultâneos foi de 69.

Com relação à palestra “Como organizar suas finanças”, o vídeo foi reproduzido 66 vezes depois da exposição ao vivo, teve 14,5 horas de exibição e um inscrito a mais, após assistir o vídeo. No chat, foram trocadas 81 mensagens e o pico de espectadores foi de 59 pessoas com acesso simultâneo.

A palestra “Canva descomplicado-Use a ferramenta a seu favor” teve 47 visualizações desde o dia que foi disponibilizado acesso posterior ao evento ao vivo, seu tempo de exibição desde então, foi de 6,4 horas e um acréscimo de 3 inscritos no canal. Durante a transmissão ao vivo, o pico de espectadores simultâneos foi de 34 pessoas e foram enviadas 56 mensagens no chat.

Já na palestra “Gestão do tempo: como ser uma empreendedora multitarefas”, desde que foi disponibilizado acesso posterior à transmissão ao vivo, 47 pessoas acessaram o vídeo e o tempo de exibição foi de 13,6 horas, além disso, mais duas pessoas se inscreveram no canal ao assistir o vídeo. Durante a apresentação ao vivo, houveram 60 mensagens no chat e 34 pessoas durante o pico de acessos simultâneos .

5.1 AVALIAÇÃO DAS AÇÕES

Nos dados primários, o intuito era identificar gênero, onde dos 49 respondentes, 45 se identificaram como sexo feminino, então os 4 respondentes que não eram do sexo feminino tiveram sua participação encerrada no questionário. Outro dado importante era saber onde as respondentes residem, sua faixa etária, se possui curso superior completo ou em andamento, caso tivesse curso superior completo, qual curso havia concluído. Outro interesse da pesquisa foi em saber como as pessoas tiveram acesso à informação sobre as palestras, então foram sugeridas opções de escolha como “canais de comunicação da UFSC” e um campo aberto “outros”, para quem tivesse tomado conhecimento das palestras de alguma forma que não estava na seleção. Outro dado relevante era a respeito de qual palestra as respondentes haviam participado, então foi aberta uma pergunta com as quatro opções de palestras, de múltipla escolha, para que pudesse ser feito levantamento posterior sobre qual palestra teve mais participação entre as respondentes.

Outro ponto muito importante para a pesquisa foi com relação à maternidade. Pois, como já mencionado anteriormente, muitas empreendedoras são mães. E a maternidade demanda muito tempo, dinheiro e energia das mulheres, portanto se faz necessário entender se essas mulheres começaram a empreender antes ou depois da maternidade, pois após a maternidade podem ter dificuldades financeiras que as façam começar a empreender. A idade dos filhos também é um fato relevante, frente a demanda de tempo que crianças menores necessitam, então, quanto mais velhos os filhos, provavelmente menos sobrecarga essa empreendedora possui. Um fato relevante é que 85,7% das mulheres começaram a empreender após ter filhos, por necessidade ou por vontade de ter seu próprio dinheiro. Empreender, muitas vezes, é uma ótima opção, pois essas mulheres conseguem trabalhar em casa e conciliar os cuidados com os filhos, principalmente no caso de serem mães solo.

Com relação às características empreendedoras, as perguntas foram baseadas na formalidade ou informalidade do negócio, onde 70% já atuam com CNPJ. Outra questão diz respeito ao ramo de atuação, que variava entre serviços, produtos, comércio, indústria ou prestação de serviços. Um dado importante a ser levantado foi há quanto tempo essas mulheres estavam empreendendo, e 35% delas empreende a mais de um

ano, quanto à sociedade, foi perguntado se essas empreendedoras dividiam seu empreendimento com sócios ou sócias, mas 65% empreende sozinha, seguido de 15% que empreende apenas com uma sócia.

Outra questão que teve grande importância foi o motivo que levou essas respondentes a começarem a empreender, onde a resposta se dava por meio de uma escala que ia de 1 a 5, sendo 1 menor relevância e 5 maior relevância. O motivo que mais se destacou com maior relevância foi desenvolver algo que gosta, seguido de independência financeira. Já a falta de emprego foi a opção com maior índice de respostas com menor relevância.

Sobre as dificuldades de empreender, a intenção era entender entre as possibilidades mais populares, quais teriam maior relevância para essas empreendedoras. Conciliar atividades pessoais, familiares ou estudo foi a opção com maior relevância, mas a falta e o valor dos insumos também é algo que dificulta o dia a dia das empreendedoras respondentes, além disso, a falta de fornecedores e distribuição dos produtos também são dificuldades apresentadas.

Como o questionário foi pensado com forte base no que as autoras possuem de conhecimento comum, questões como possíveis preconceitos da sociedade, baixa credibilidade social, entre outras, foram levantadas, para confirmar se essas mulheres realmente sentem ou já sentiram alguma das hipóteses levantadas. A maioria das respondentes assinalou com relevância máxima, que possuem mais atividades familiares e profissionais com relação ao parceiro, seguido do sentimento de dificuldade em se posicionar frente à sociedade e stakeholders, além de sentirem que possuem pouca credibilidade social.

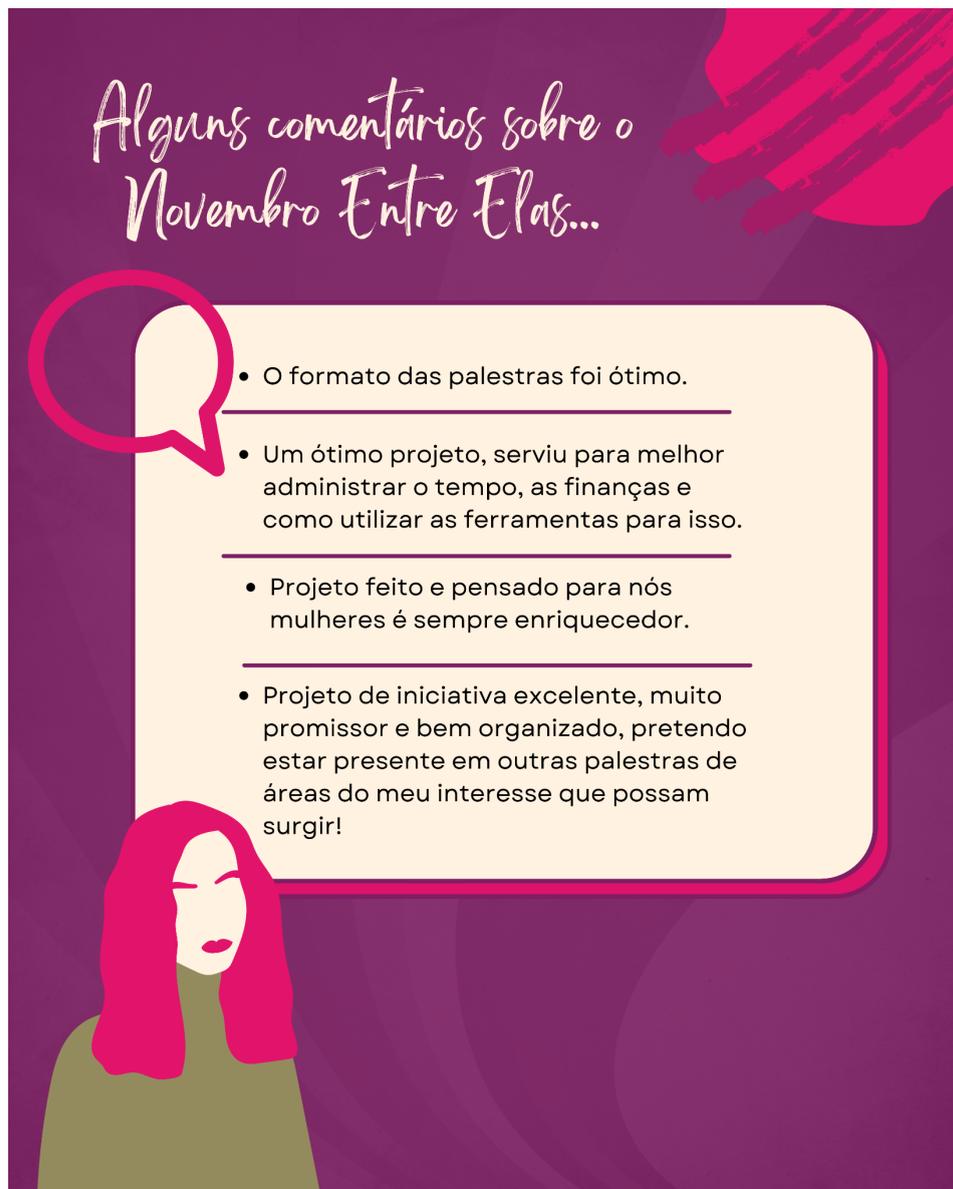
Nossa última pergunta foi relacionada à frequência que as respondentes consomem conteúdos que a ajudem no seu dia a dia como empreendedora, onde a maioria votou que semanalmente tem acesso à esse tipo de conteúdo, com a mesma quantidade de respostas, mensalmente e raramente aparecem em segundo lugar, com 20% cada.

Por fim, foi solicitado que as respondentes avaliassem as palestras de 1 a 5 e todas as palestras tiveram como maior resposta o número 5. Além disso, como sugestão para outros eventos, foram colocados alguns temas para que as participantes votassem

em qual(is) sentem necessidade de capacitação, os mais votados foram tomada de decisões, gestão do negócio, seguido de marketing digital, empoderamento e design.

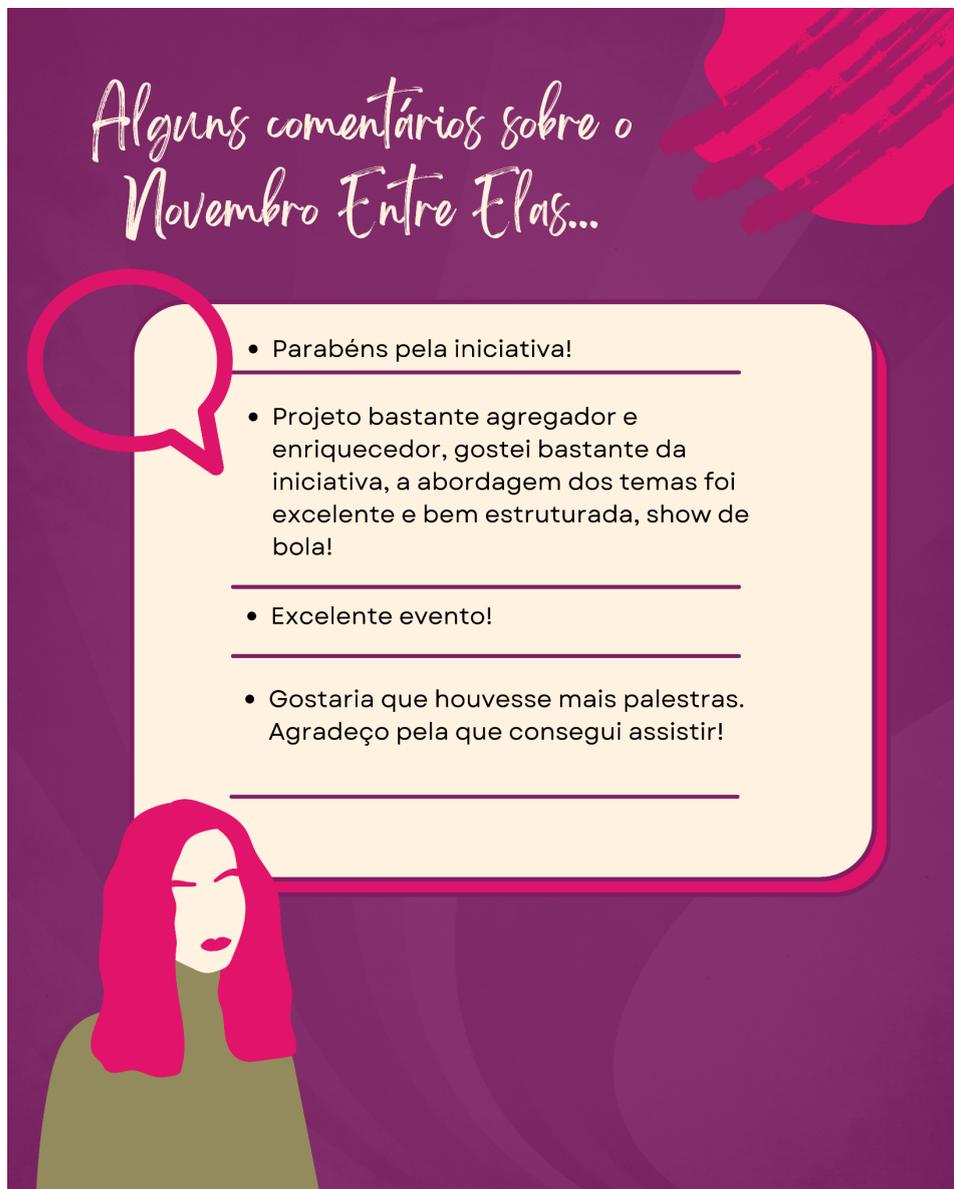
Encerrando o questionário, estava aberta como não obrigatória um campo para que as respondentes deixassem comentários sobre o que acharam dos eventos e algumas das respostas estão a seguir:

Figura 6 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 1



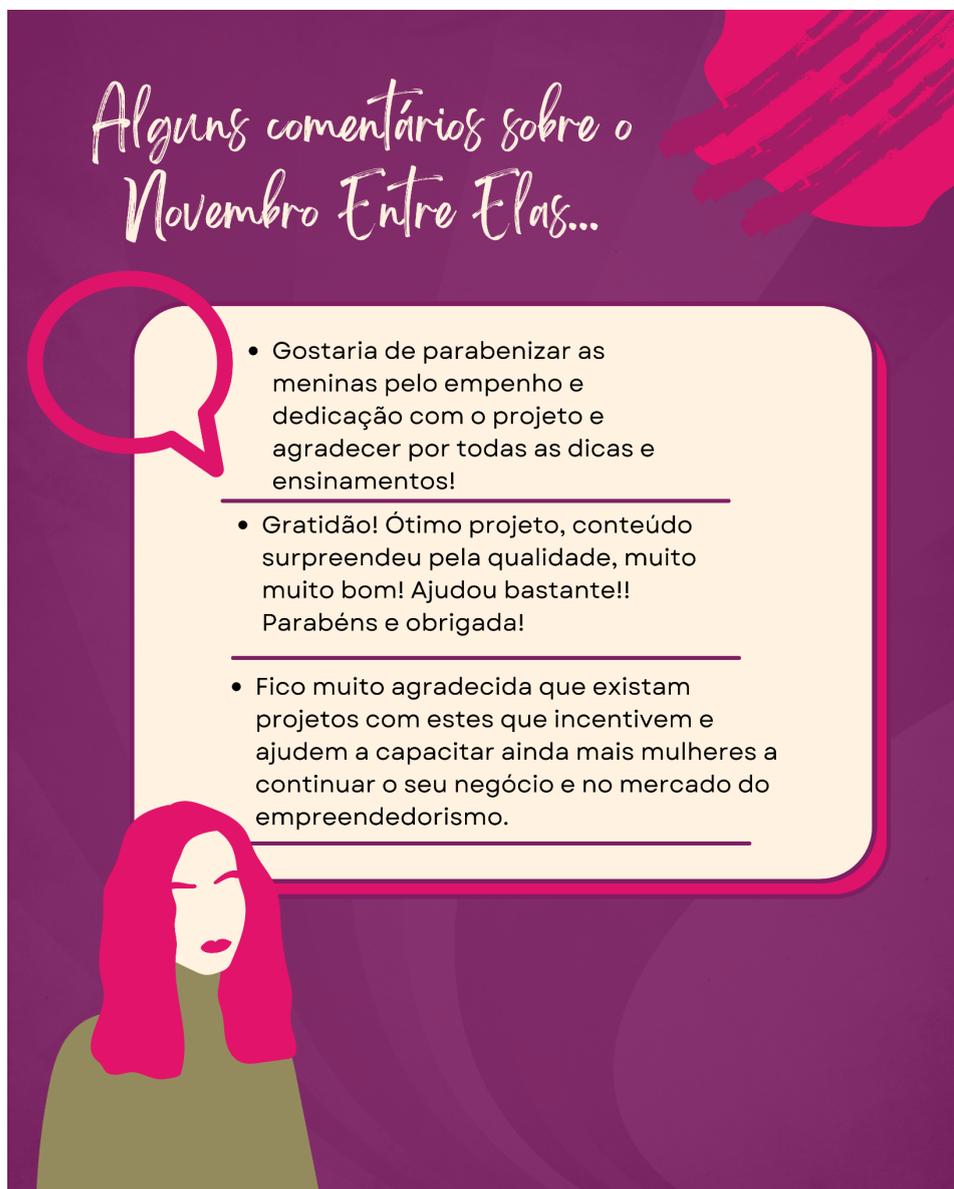
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022)

Figura 7 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 2



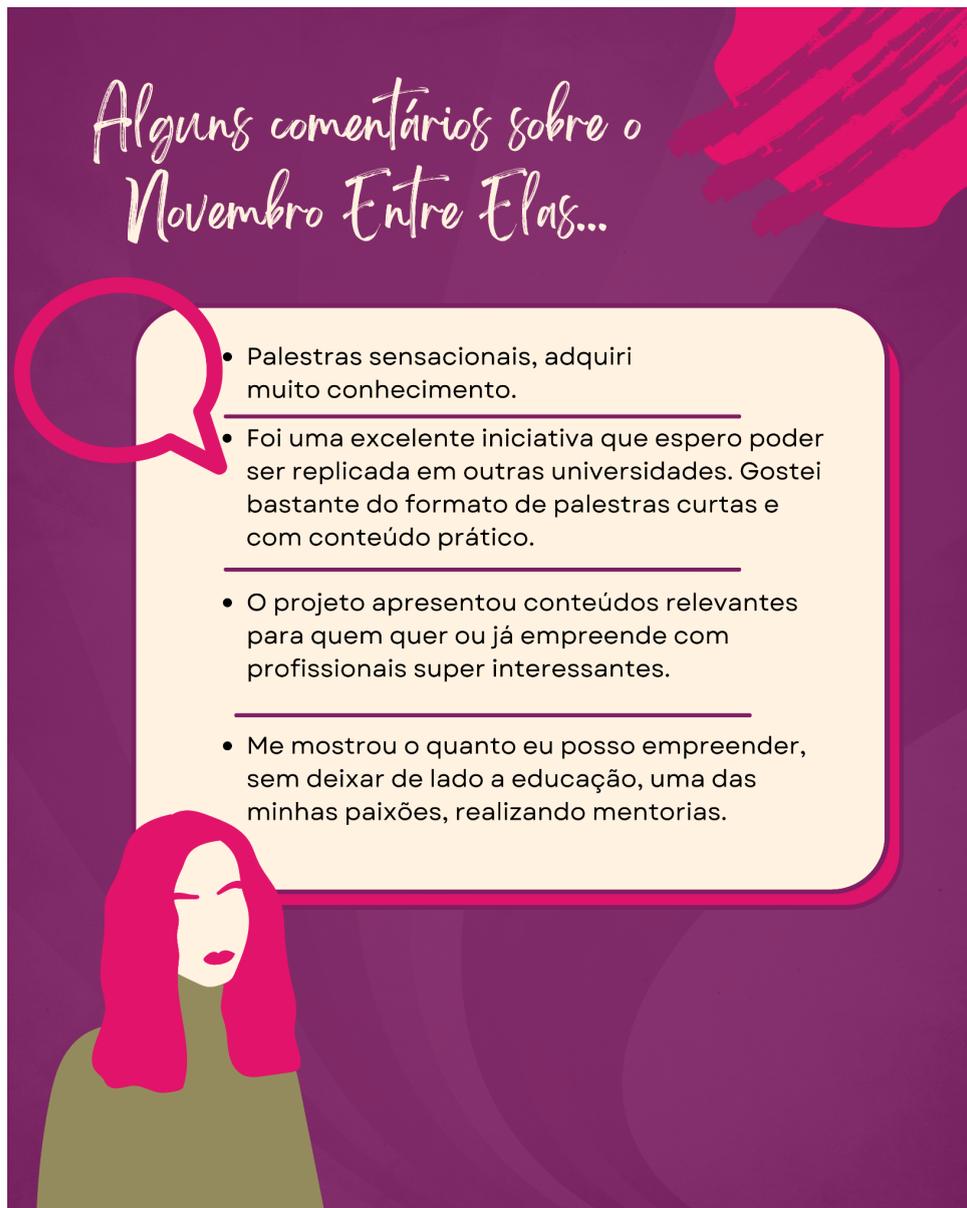
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022)

Figura 8 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 3



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022)

Figura 9 - Comentários sobre o Novembro Entre Elas 4



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022)

Com essas mensagens o questionário foi encerrado, tendo a confirmação de que os eventos foram um grande sucesso. A análise dessas respostas foi feita de modo a atingir o objetivo de conhecer o público participante, e isso foi concluído a partir da análise dos gráficos e resultados que a própria plataforma do questionário forneceu.

Os dados já estavam organizados em seções, visto que dependendo da resposta, se sim ou se não, a pessoa era direcionada para a seção que votou pertencer, ou pular a

seção, caso tenha votado não. Por exemplo, caso a pessoa tenha votado em “não tenho filhos”, pulava direto para a seção “empreendedorismo”, enquanto que quem votava em “tenho filhos”, seguia para a seção em sequência. Então, para transcrever os dados do formulário para o trabalho, já estava tudo organizado por tema, para facilitar a análise dos resultados e assim fazer a interpretação dos mesmos. Sendo por maior índice de votação, maior porcentagem, questões abertas ou nível de satisfação.

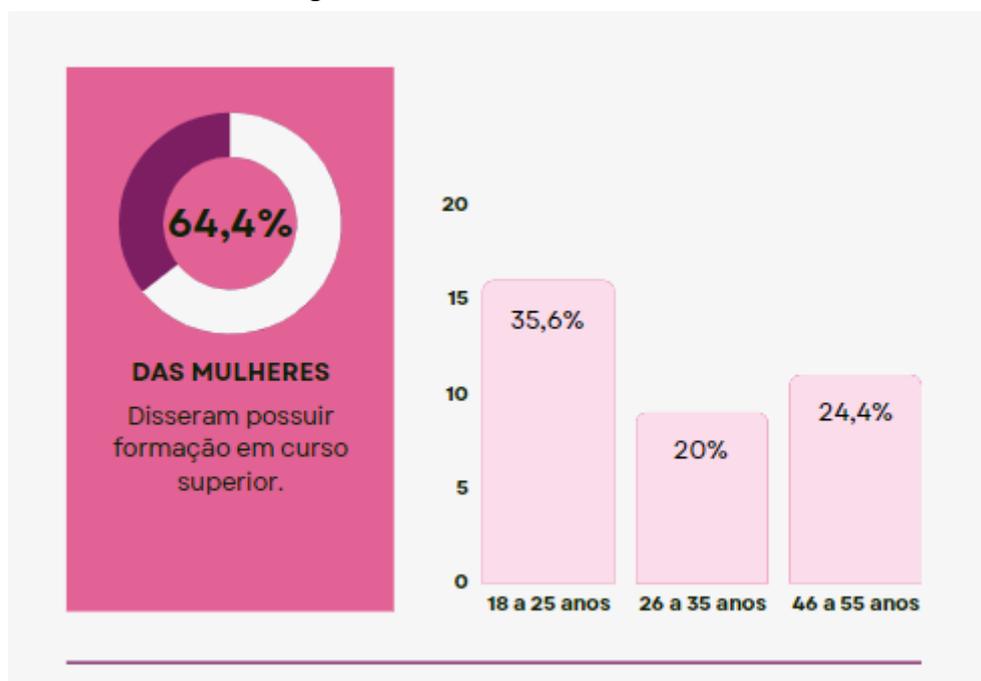
Abaixo, representação em infográfico dos dados coletados via questionário, seguido de análise do conteúdo por meio de gráficos.

Figura 10 - Perfil da amostra



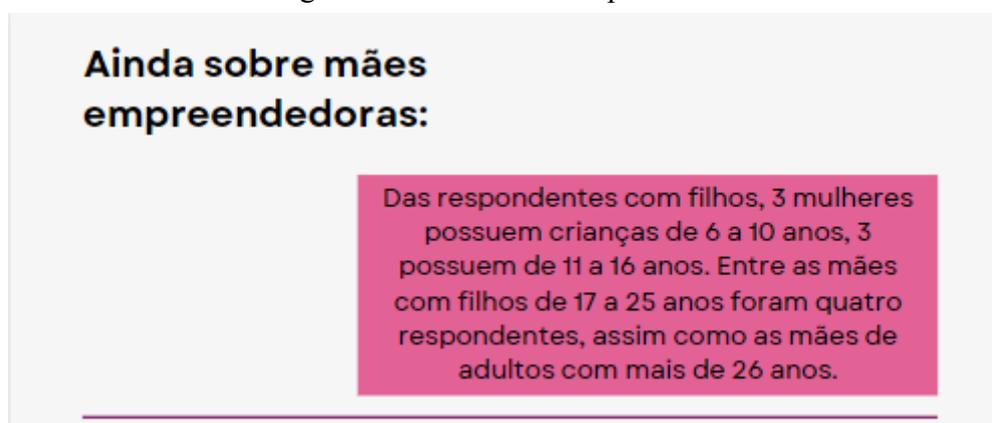
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022)

Figura 11 - Perfil da amostra 2



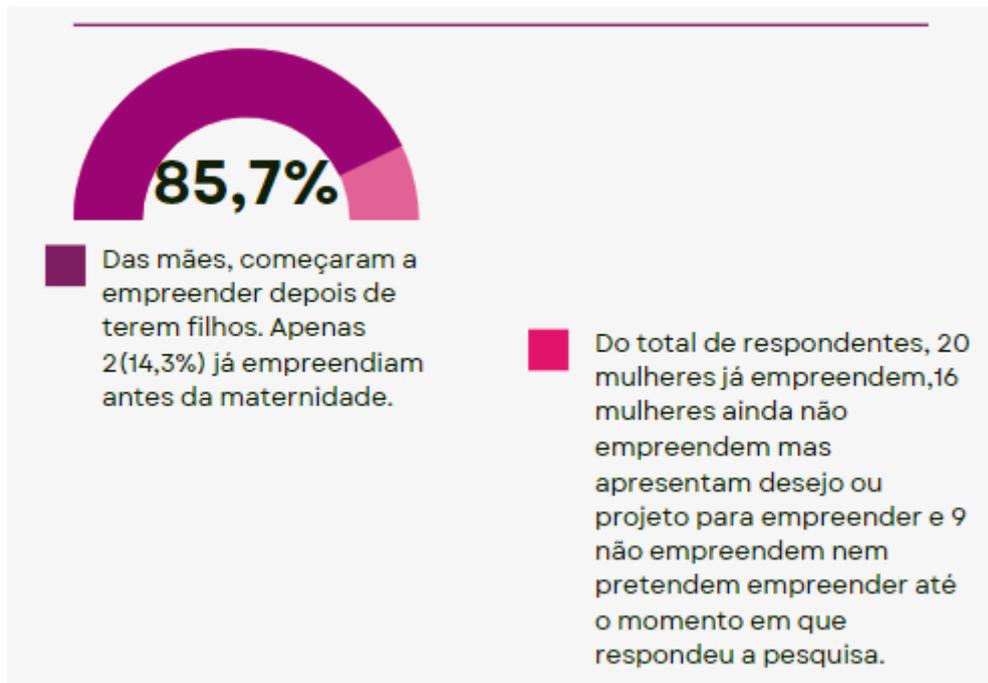
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Figura 12 - Sobre mãe empreendedoras



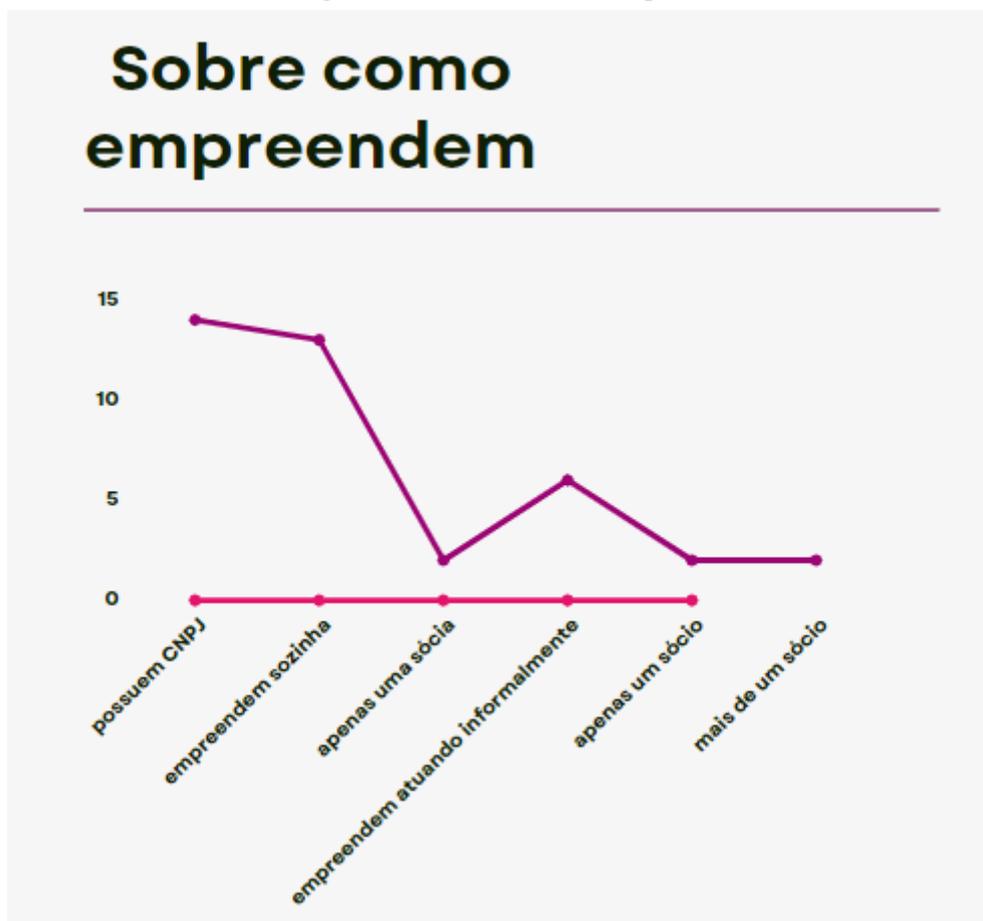
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Figura 13 - Sobre mães empreendedoras 2



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Figura 14 - Sobre como empreender



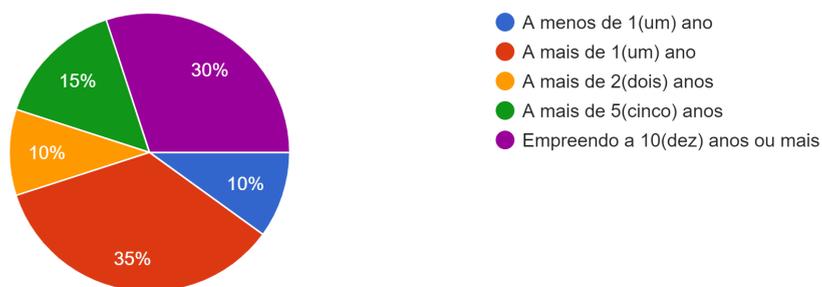
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Com relação ao ato de empreender, obtivemos as seguintes respostas:

Gráfico 1 - Tempo de empreendimento das respondentes

Você empreende:

20 respostas



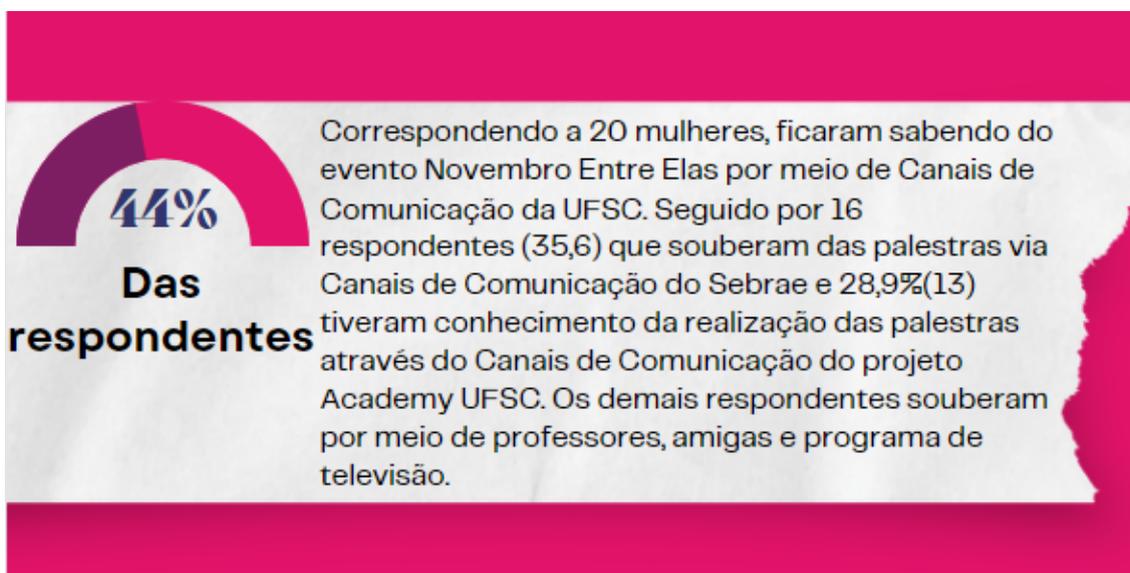
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Sete empreendedoras, que correspondem a 35% do total do universo de 20 respostas da questão, empreendem a mais de um ano. Isso significa que foram empreendedoras que tiveram início dos seus negócios durante a pandemia. Seguido de empreendedoras com uma grande bagagem, empreendendo a dez anos ou mais.

Dessas empreendedoras, 30%(6) das mulheres empreendem atuando informalmente e 70%(14) já possuem CNPJ. E 65%(13 respondentes) empreendem sozinha, seguida de 15%(3) atuando com apenas uma sócia, duas atuando com apenas um sócio e duas contando com mais de um sócio.

5.1.1 Sobre os Eventos

Figura 15 - Como você ficou sabendo do evento Novembro Entre Elas?



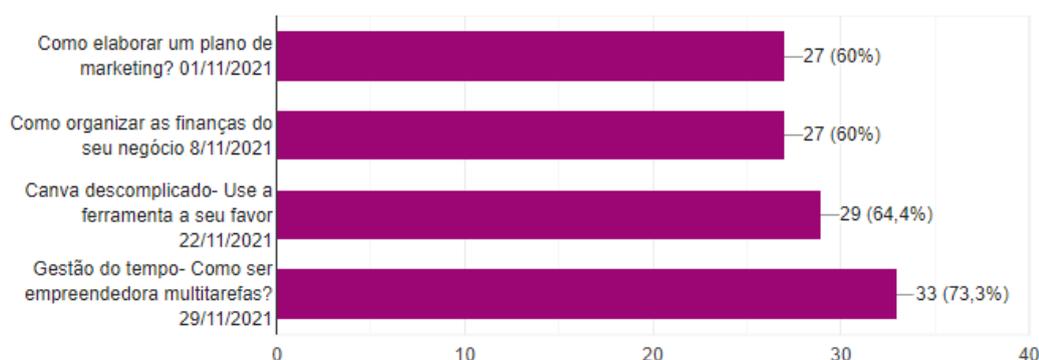
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022)

Em relação à participação nas palestras, a mais assistida foi “Gestão do tempo - Como ser empreendedora multitarefas?” com 73,3% (33), em seguida 64,4% (29) assistiram a palestra “Canva descomplicado - Use a ferramenta a seu favor” e 60% (27) participou das palestras “Como elaborar um plano de marketing?” e “Como organizar as finanças do seu negócio?”.

Gráfico 2 - Participação nas palestras Novembro Entre Elas.

8Você participou de qual(is) palestra(s)?

45 respostas



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

5.1.2 Ramo de Atividade

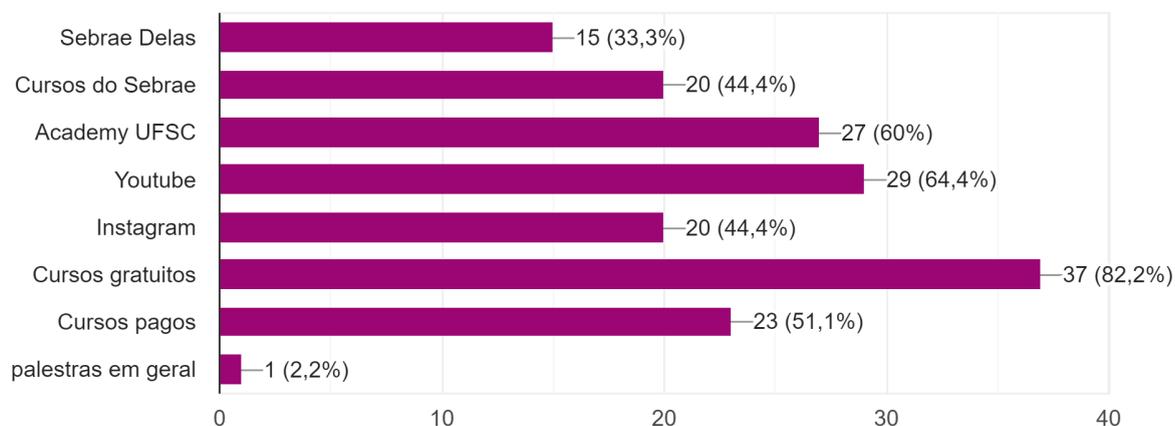
Das 20 empreendedoras, 75%(15 respondentes) atuam na área de serviços, seguido de produtos com 15%(5 respondentes). Além disso, como havia questão aberta para caso as respondentes não se encaixassem nas opções colocadas pelas autoras, uma pessoa respondeu que atua na área de comércio e outra em prestação de serviços editoriais.

5.1.3 Com Relação a Educação Empreendedora

Gráfico 3 - Fontes de conteúdos de capacitação das respondentes

21-Onde você busca conteúdo pra se capacitar?

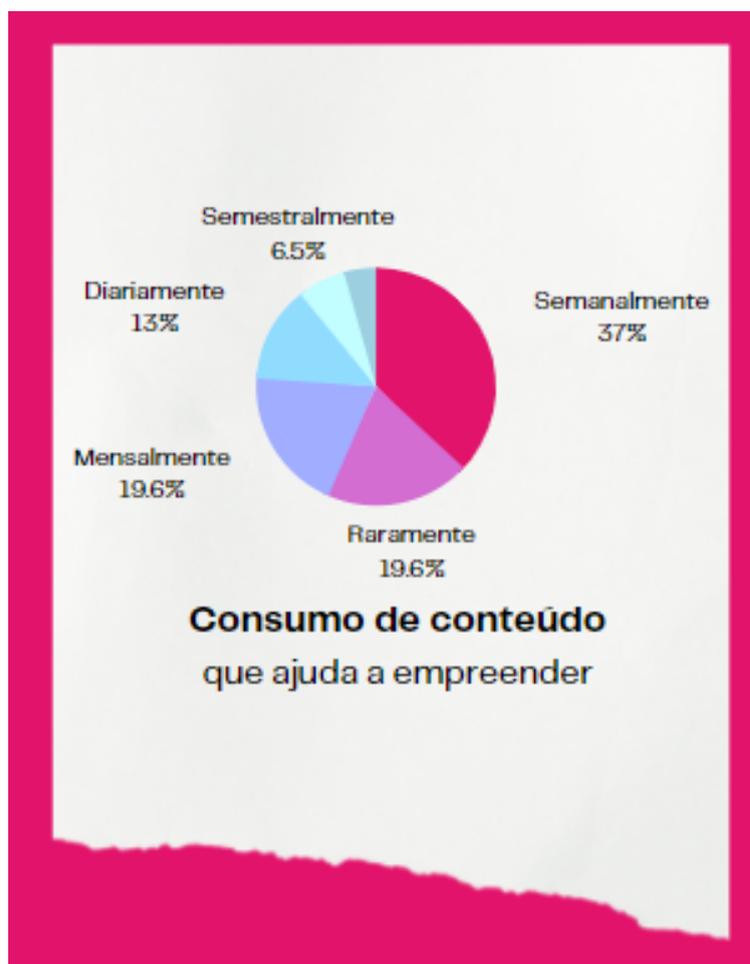
45 respostas



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Cursos gratuitos são os mais procurados pelas respondentes para se capacitar, sendo maioria 82,2%(37) e onde menos buscam é em palestras em geral com 2,2%(1).

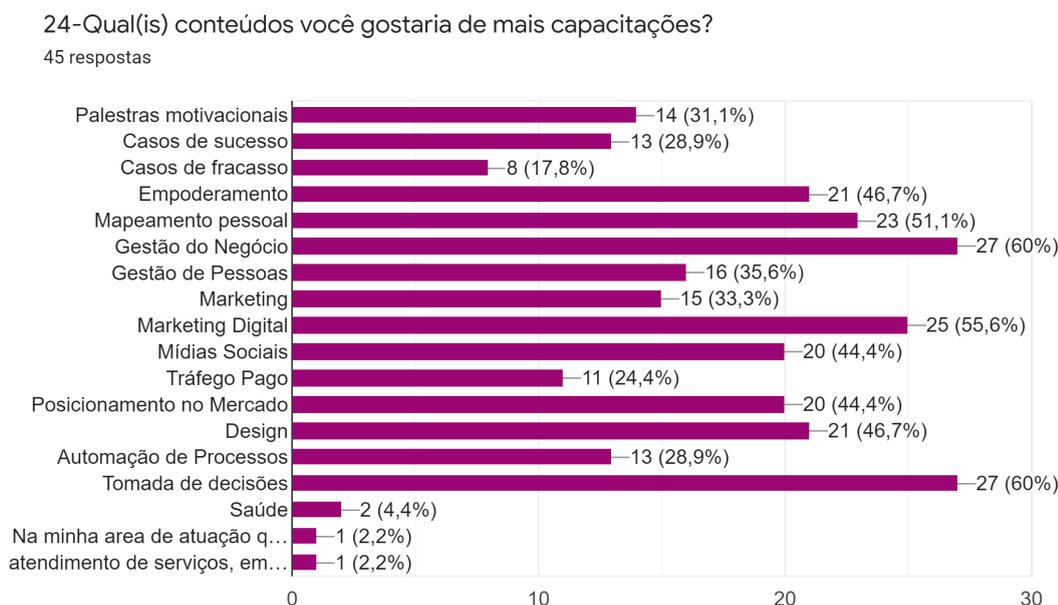
Figura 16 - Consumo de conteúdo que ajuda a empreender.



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022)

De acordo com a pesquisa, a tomada de decisões e o mapeamento pessoal são áreas que as empreendedoras ainda possuem dificuldade e sentem falta de capacitação. Além disso, o marketing digital e questões de empoderamento também surgem como uma necessidade. Atendimento de serviços, em diversos setores de mercado possui uma resposta e pintura lettering e orgânica em paredes e telas também.

Gráfico 4 - Conteúdos considerados em falta pelos respondentes.

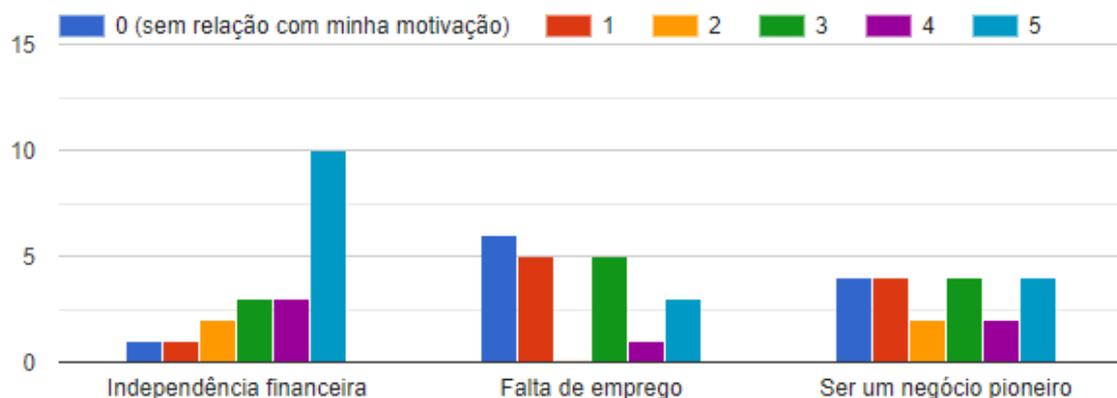


Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

5.1.4 Motivos para Empreender

Nesta seção, serão abordados alguns motivos que levaram as respondentes a iniciar a carreira como empreendedoras.

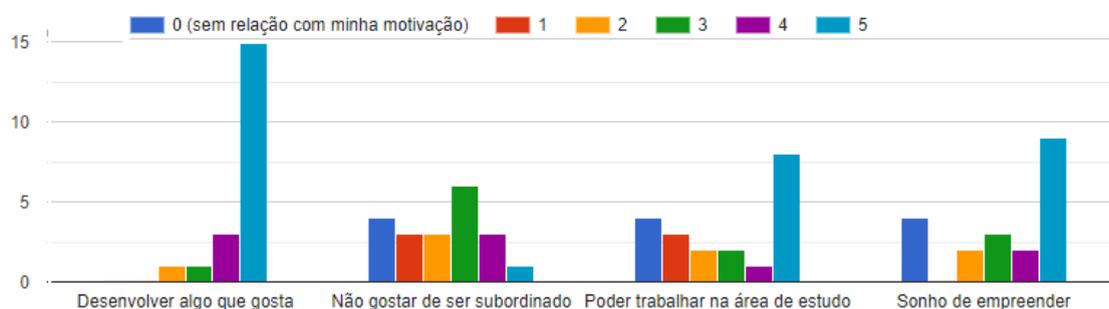
Gráfico 5 - Motivos para empreender 1.



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Entre as razões para empreender, das 20 mulheres que já empreendem, 50% (10) acreditam que a independência financeira possui uma relevância nível 5, sobre a falta de emprego 30%(6) e 25%(5) dos respondentes acham que a falta de emprego não tem relação com a motivação e possui pouca relevância, respectivamente. Em relação a ser um negócio pioneiro houve um equilíbrio entre as respostas, contabilizando 20% (4) respondentes nos níveis 0,1,3 e 5.

Gráfico 6 - Motivos para empreender 2.

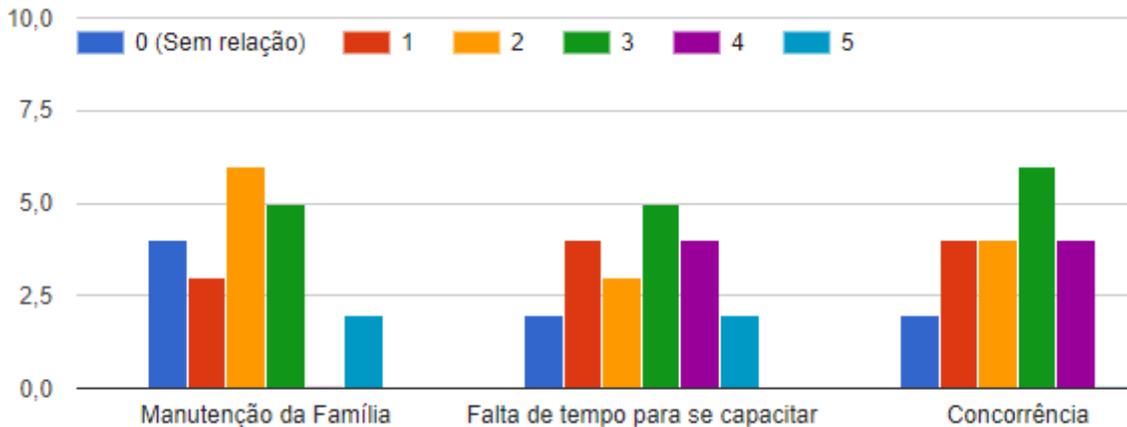


Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

No que diz respeito a desenvolver o que gosta, 75%(15) acredita que é de extrema relevância. 30%(6) estão no nível 3 em não gostar de ser subordinado. Poder trabalhar na área de estudo é considerado nível 5 para 40%(8). Por fim, o sonho de empreender motivou 45%(9) respondentes.

5.1.5 Dificuldades de Empreender

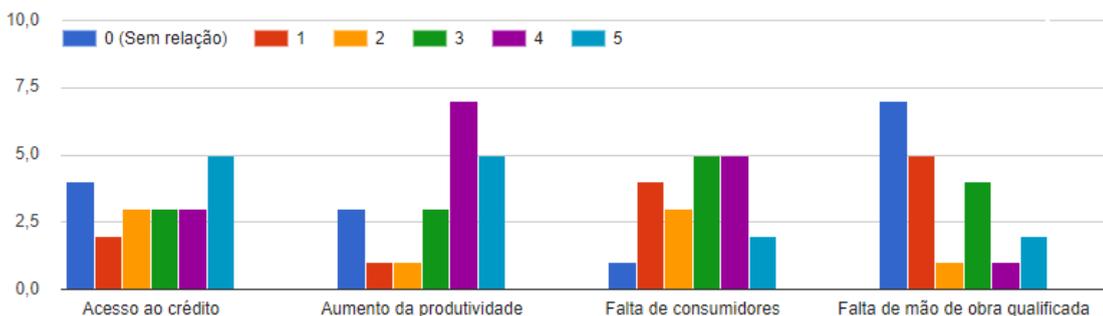
Gráfico 7 - Dificuldades de empreender 1



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Acerca das dificuldades encontradas no processo de empreender, a manutenção da família não é algo que preocupa boa parte dos respondentes, pois a maior concentração de respostas foi no nível 2 e 3 55%(11). A falta de tempo para se capacitar dividiu opiniões e a maior porcentagem foi no nível 3 25%(5). Sobre a concorrência também houve um equilíbrio sendo 50%(10) nos níveis médio e alto(3 e 4) e 50%(10) nos níveis 0, 1 e 2.

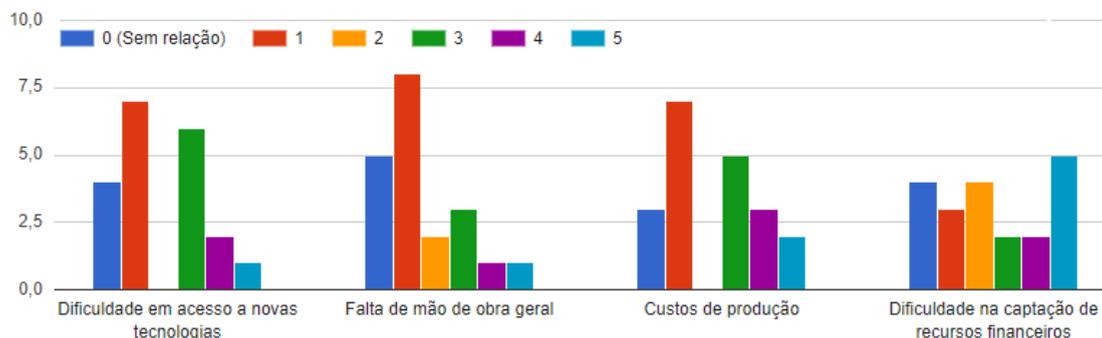
Gráfico 8 - Dificuldades de empreender 2



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Outros fatores que se destacaram entre os respondentes foi o aumento da produtividade que foi considerado por 60%(12) como um fator de alta relevância e do lado positivo 65%(13) acreditam que a falta de mão de obra qualificada não dificulta o empreendedorismo.

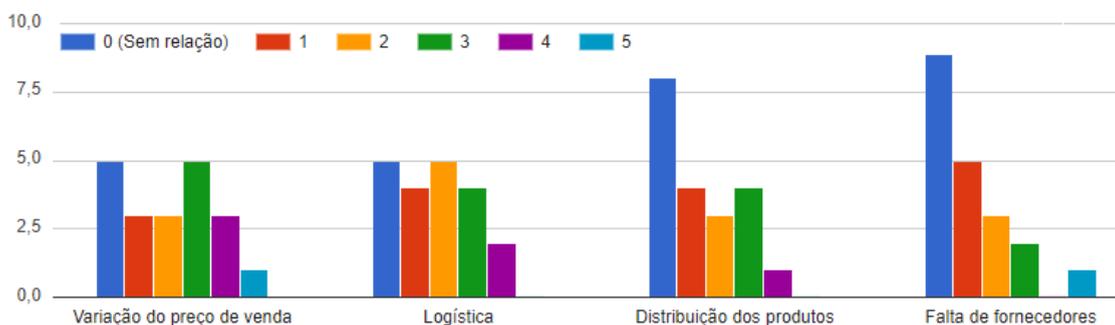
Gráfico 9 - Dificuldades de empreender 3



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Sobre os custos de produção ocorreu uma divisão de opinião entre, sendo 50%(10) nos níveis 0 e 1 e 50%(10) nos níveis 3,4 e 5.

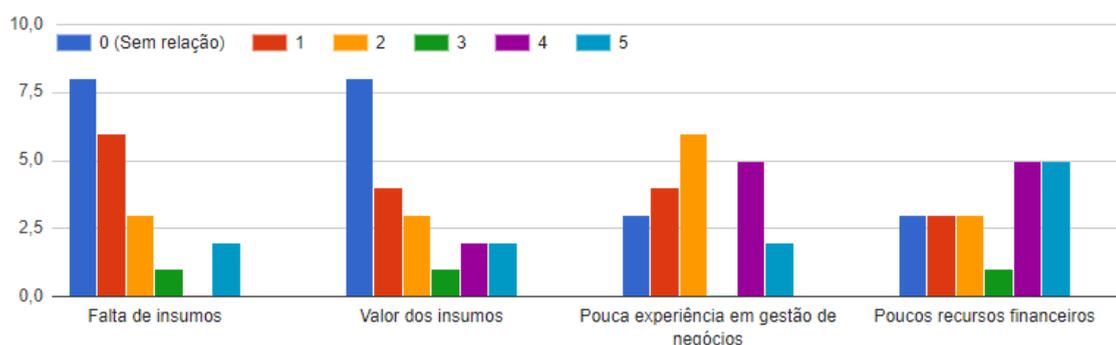
Gráfico 10 - Dificuldades de empreender 4



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Dos motivos citados acima, a distribuição dos produtos e a falta de fornecedores se destacam pois não são consideradas dificuldades, sendo (75%)15 e (85%)17 nos níveis 0,1 e 2.

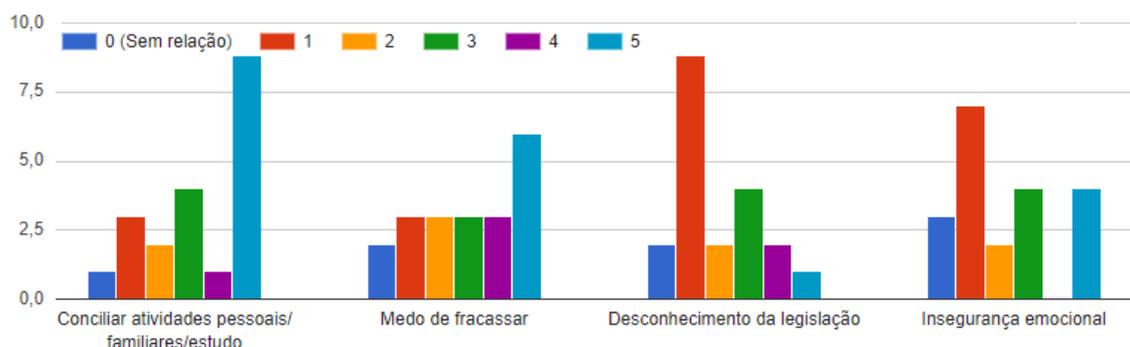
Gráfico 11 - Dificuldades de empreender 5.



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Nesse gráfico pode-se observar que a falta de insumos e valor dos insumos, não são considerados um problema para a maioria das respondentes com 85%(17) e 75%(15) nos níveis sem relevância e com baixa relevância.

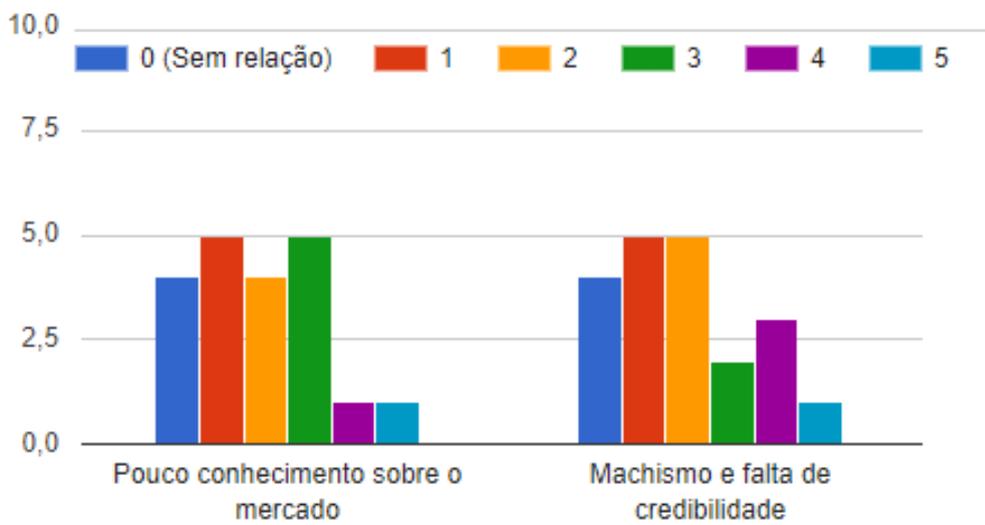
Gráfico 12 - Dificuldades de empreender 6



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Em relação aos aspectos acima mencionados, conciliar atividades/pessoais/familiares/estudo e o medo de fracassar são considerados relevantes para os respondentes com 70%(14) e 60%(12) nos níveis 3, 4 e 5. Já o desconhecimento da legislação não é considerado um empecilho para a maioria, sendo 65%(13) nos níveis 0,1 e 2.

Gráfico 13 - Dificuldades de empreender 7



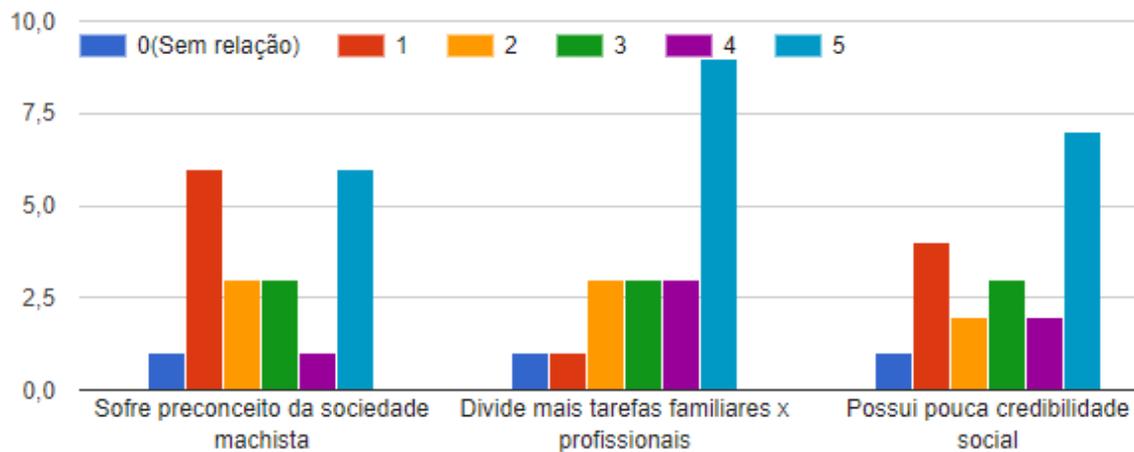
Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Ademais, os fatores pouco conhecimento sobre o mercado e machismo e falta de credibilidade são considerados pouco relevantes com 65%(13) e 70%(14) nos níveis 0,1 e 2.

5.1.6 Sobre ser Mulher Empreendedora

Nesta seção, foram abordados aspectos da mulher empreendedora no que tange seu sentimento perante à sociedade, divisão de tarefas, credibilidade social, e outros abaixo especificados.

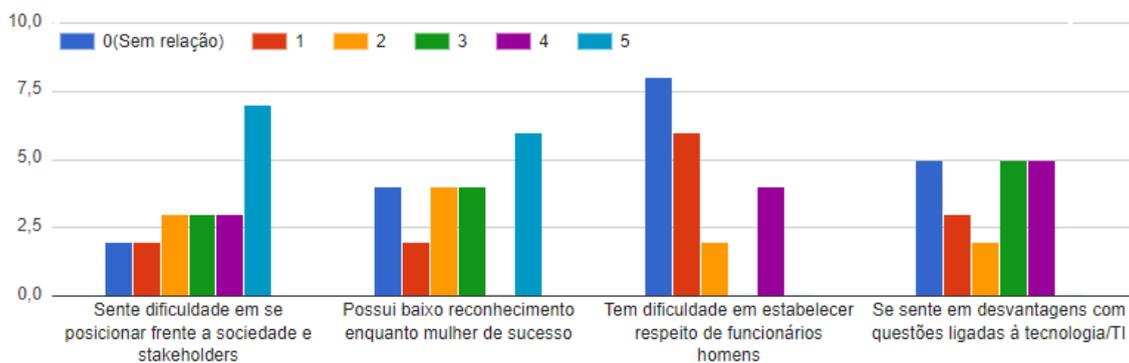
Gráfico 14 - Sobre ser mulher empreendedora 1



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Por ser mulher empreendedora 50%(10) (níveis 3, 4 e 5), das respondentes acreditam que sofrem preconceito da sociedade machista e 75%(15) (níveis 3, 4 e 5), afirmam que dividem mais tarefas familiares x profissionais. Além disso, sobre possuir pouca credibilidade social 60%(12) nos níveis 3, 4 e 5, acham relevante.

Gráfico 15 - Sobre ser mulher empreendedora 2

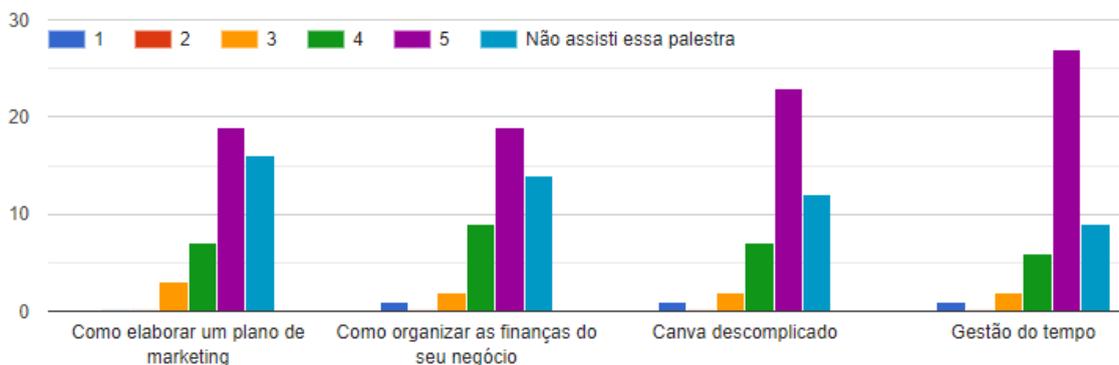


Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

Outrossim, a maioria acredita não ter dificuldade em estabelecer respeito de funcionários homens, essa porcentagem foi de 80%(16) nos níveis 0,1 e 2.

Avaliação das palestras do Novembro Entre Elas

Gráfico 16 - Avaliação das palestras do Novembro Entre elas



Fonte: Elaborado pelas autoras(2022).

A palestra melhor avaliada(nível 5) foi a gestão do tempo com 27 pessoas, seguido de canva descomplicado com 23 pessoas e como organizar as finanças do seu negócio e como elaborar um plano de marketing com 19 votos. A palestra com a maior média de avaliações é a palestra gestão do tempo com 14 votos, depois vem canva descomplicado com 12 votos e em seguida como elaborar um plano de marketing e como organizar as finanças do seu negócio com 11 votos.

Portanto, as avaliações das palestras demonstraram que a maioria das respondentes possuem nível de educação superior, 64,4% afirmam ser graduadas. Outro fator relevante é a maternidade, pois 85,7% das mulheres começaram a empreender depois de ser mãe. Por fim, o que mais motivou as respondentes a empreenderem foi independência financeira com 50%(10), e a maior dificuldade para empreender e conciliar atividades/pessoais/familiares/estudo e o medo de fracassar com 70%(14) e 60%(12).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho teve como objetivo principal fomentar o empreendedorismo feminino por meio de capacitações, o que aconteceu por meio de quatro palestras no mês de novembro do ano de 2021, nas datas, temas e palestrantes: Rafaela Guimarães palestrante no dia 01/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema: “Como elaborar um plano de marketing?”, Jéssica Campara, palestrante no dia 8/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema: “Como organizar as finanças do seu negócio”, Joyce Ferreira, palestrante no dia 22/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema: “Canva descomplicado: Use a ferramenta a seu favor” e encerrando o ciclo de palestras, Ives Caceres, palestrante no dia 29/11/2021 das 18h30-19h30, com o tema Gestão do tempo: “Como ser empreendedora multitarefas?”.

As palestras aconteceram de forma remota, com transmissão ao vivo em plataforma de vídeo, acesso gratuito e vitalício para quem desejar assistir as gravações. Os objetivos específicos foram todos concluídos com sucesso, uma vez que as palestras foram todas realizadas, as métricas foram contabilizadas e foi possível conhecer o público participante por meio de um questionário com 24 perguntas, onde, apesar de baixo índice de respostas, fator limitante deste trabalho, houve esclarecimento sobre quem são essas mulheres empreendedoras, como é sua vida, quais são suas dores no dia a dia, dificuldades na hora de empreender, de dividir tarefas e cuidados com lar e filhos, além de conteúdos que sentem falta ou gostariam de se aprofundar ainda mais.

Nesse quesito, como o evento foi bastante satisfatório e trouxe muitos feedbacks positivos, estuda-se a possibilidade de que ocorra novamente, ou torne-se um programa fixo de parceria entre Academy UFSC e Sebrae, por meio do programa Sebrae Delas e Educação Empreendedora.

Para tal, ficam as sugestões de temas que as respondentes do questionário deste trabalho apontaram como necessidade de maior aprofundamento de aprendizado:

Palestras motivacionais, casos de sucesso, casos de fracasso, empoderamento, mapeamento pessoal, gestão do negócio, gestão de pessoas, marketing, marketing digital, mídias sociais, tráfego pago, posicionamento no mercado, design, automação de processos, tomada de decisões e assuntos relacionados à prestação de serviços na área da saúde.

É possível perceber que existem muitos assuntos que ainda são pouco abordados de forma gratuita e são de grande valia para mulheres empreendedoras. Então, entende-se que este trabalho cumpriu seu papel de devolver e abrir conhecimento à comunidade, visto que o público participante, apesar de estar concentrado em cidades de Santa Catarina, também chegou em cidades de São Paulo, Goiás e Amapá.

E além de tudo, algumas ouvintes das palestras e respondentes do questionário ainda não empreendem, e com isso foi atingido o desejo de fomentar o empreendedorismo e fornecer base para que essas mulheres possam estruturar melhor a ideia que desejam tirar do papel.

Este estudo pode servir de base para futuras pesquisas de tema semelhante, com relação aos aspectos a serem estudados mediante respostas obtidas no questionário.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da FINAN, v. 3, n. 3, p. 1-13, 2012.
- BARLACH, Lisete. **Comportamento empreendedor: Um estudo empírico baseado no referencial de McClelland**. Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe) | ISSN-e: 2237-1427, v. 4, n. 3, 2014.
- DE ARAUJO, Gracyanne Freire; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. **Educação empreendedora: avanços e desafios**. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, v. 6, n. 3, p. 47-68, 2018.
- DE MELLO, Cristiane Marques, et al. **Do Que Estamos Falando Quando Falamos Empreendedorismo no Brasil?** Revista de Administração da UNIMEP, v.8, n.3, 2010.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.
- FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. **Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino**. Revista de Administração Contemporânea, v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013.
- GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002. 176 p. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/webv/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf.
- JONATHAN, Eva G.; DA SILVA, Taissa M.R. **Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes**. Rio de Janeiro: Psicologia & Sociedade, v. 19, p. 77-84, 2007.
- LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. – 8. ed. – São Paulo : Atlas, 2017.
- LAVIERI, Carlos Amorim. Educação... empreendedora?. In: LOPES, Rose Mary A. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 1-16.
- LOPES, Rose Mary A. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 17-43.
- LOPES, Rose Mary A; TEIXEIRA, Maria América de Almeida. Educação empreendedora no ensino fundamental. In: LOPES, Rose Mary A. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 45-66.
- MACHADO, Hilka Pelizza Vier; BARROS, Gislaine Vieira de e PALHANO, Dayane Yoshie Miyaji. **Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento**. EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília: UEM/Uel/UnB, 2003, p. 171-197.
- MIRANDA, Cristina Maria Schmitt; SILVEIRA, Amélia. **Empreendedorismo Corporativo na Universidade: o Entendimento de Gestoras Catarinenses**. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Anais... Recife: EGEPE. CD-ROM, 2010.
- POMBO, Adriane Alvarenga da Rocha. **O QUE É SER EMPREENDEDOR**. Disponível em [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/A2EEEEAD6407D759003256D520059B1F8/\\$File/NT00001D9A.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/A2EEEEAD6407D759003256D520059B1F8/$File/NT00001D9A.pdf), acesso em 18/02/2022.

RAMOS, Maria da Conceição Pereira. **Mobilidades qualificadas e empreendedoras no contexto dos movimentos migratórios contemporâneos e da crise econômica.** Revista Ambivalências, v. 1, n. 2, p. 73-103, 2013.

SALIM, César Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora.** 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Sebrae. **Sebrae DELAS Mulher de Negócios.** 2019. Disponível em: <
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/sebrae-delas-mulher-de-negocios,b1a7b16268bda610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 21/02/2022.

Sebrae. **QUEM SOMOS.** Disponível em:<
https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos> Acesso em 21/02/2022.

Sebrae. Empreendedorismo feminino. Observatório de negócios. Agosto/2021.

Sebrae. Empreendedorismo feminino. Grupos de Discussão com empreendedoras Formalizadas e Não formalizadas. Pesquisa qualitativa. Junho/2021.

SILVA, Edna Lucia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 3 ed. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001. 121 p. Disponível em:
<https://cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcb/files/2011/03/Metodologia-da-Pesquisa-3a-edicao.pdf>
Acesso em 17/01/2022

ZAMPIER, Marcia Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wünsch. **Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa.** Cadernos Ebape. BR, v. 9, p. 564-585, 2011.