



Mulheres Empreendedoras: Impactos Do Programa If Mais Empreendedor No Nordeste Goiano

Gabrielle Stefany Barbosa de Souza, Instituto Federal Goiano, Brasil ¹

Ítalo José Bastos Guimarães, Instituto Federal Goiano, Brasil ²

Omar Ouro-Salim Instituto Federal Goiano, Brasil ³

Ayawovi Djidjogbe Fanho, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil ⁴

RESUMO : O empreendedorismo feminino caracteriza-se pela resiliência e criatividade das mulheres, que superam desafios estruturais e contribuem para a inovação e o crescimento econômico. Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar os efeitos do projeto IF Mais Empreendedor no Nordeste Goiano enquanto ferramenta de apoio estratégico para mulheres empreendedoras. Metodologicamente, o estudo é exploratório e descritivo, de abordagem qualitativa, baseado em pesquisa documental com análise de relatórios, diagnósticos empresariais e informações de reuniões. O projeto atendeu a 11 empreendedoras entre 2021 e 2023. As principais fragilidades diagnosticadas concentraram-se em marketing digital e controle financeiro, agravadas por desafios transversais como equilíbrio entre carreira e vida pessoal, maternidade e falta de conhecimento em gestão. A natureza das transformações observadas a partir da intervenção organiza-se em quatro planos: (a) cognitivo – aprimoramento do conhecimento em gestão; (b) relacional – ampliação da rede de contatos; (c) prático-operacional – melhoria no marketing digital e controle financeiro; (d) institucional – maior proximidade com o Instituto Federal Goiano. Conclui-se que os impactos positivos do projeto configuram uma mudança de patamar nas capacidades gerenciais, relacionais e institucionais das empreendedoras, ainda que desafios estruturais, como a conciliação com a maternidade, persistam.

¹ Email: gabrielle.stefany@estudante.ifgoiano.edu.br; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2301-4996>

² Email: italo.guimaraes@ifgoiano.edu.br; ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6523-4025>

³ Email: ouromar@yahoo.fr; <https://orcid.org/0000-0003-1792-4886> ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4018-1796>

⁴ Email: Fanhoparfait@gmail.com; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7766-7933>

Souza, G. S. B., Guimarães, Í. J. B., Ouro-Salim, O., & Fanho, A. D.: Mulheres Empreendedoras: Impactos Do Programa If Mais Empreendedor No Nordeste Goiano. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. V.11, Nº1, p. 203-237, Jan/Abr 2026. Artigo recebido em 11/11/2026. Última versão recebida em 10/04/2026. Aprovado em 23/05/2026.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; IF Mais Empreendedor; Empreendedorismo; Mulheres empreendedoras.

1. INTRODUÇÃO

A pandemia do COVID-19 afetou todas as organizações, mas as pequenas empresas foram as mais vulneráveis diante das interrupções repentinas na força de trabalho, em uma escala e velocidade para as quais não estavam preparadas (Stangherlin et al., 2020). Para sobreviver e se manter competitivas em um mercado cada vez mais turbulento, as organizações precisaram se adaptar por meio de estratégias criativas que não apenas sustentassem os negócios, mas também fortalecessem seu posicionamento (Almeida et al., 2021).

Nesse contexto, surgiu o programa IF Mais Empreendedor, uma ação do Instituto Federal do Sul de Minas (IF Sul de Minas) em parceria com a Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação (Setec/MEC). O programa foi criado para desenvolver projetos de apoio e orientação a micro e pequenos empreendedores afetados pela crise financeira gerada pela pandemia, oferecendo técnicas e ferramentas para a reorganização e o aprimoramento de seus negócios.

O presente estudo centra-se em um projeto específico desse programa: “Empreendedorismo Feminino: consultoria para Microempreendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano”. A partir dessa iniciativa, a pesquisa busca responder à seguinte pergunta: quais são os principais impactos desse projeto sobre as mulheres empreendedoras participantes?

Para alcançar esse objetivo, foram delimitados os seguintes objetivos específicos: (a) analisar os dados constantes nos relatórios parciais e finais do projeto referentes às edições realizadas nos anos de 2021 e 2023, período em que o projeto foi efetivamente executado; (b) caracterizar as mulheres microempreendedoras individuais atendidas pelo projeto nesses anos; (c) identificar as principais fragilidades dos empreendimentos acompanhados, conforme registradas nos diagnósticos empresariais; (d) analisar as ações empreendidas pelo projeto para enfrentar essas fragilidades; e (e) examinar os

principais desafios enfrentados e os impactos positivos observados ao longo da execução do projeto.

A relevância científica deste estudo decorre do contexto de transformações nas dinâmicas do empreendedorismo, no qual as mulheres vêm ampliando sua participação em espaços historicamente marcados pela desigualdade de gênero, ao mesmo tempo em que enfrentam desafios estruturais relacionados ao acesso a recursos, à capacitação e ao apoio institucional. Ao analisar os efeitos de um projeto de extensão voltado especificamente a mulheres microempendedoras individuais, desenvolvido no âmbito do programa IF Mais Empreendedor, a pesquisa contribui para o avanço do conhecimento sobre políticas e iniciativas de apoio ao empreendedorismo feminino em regiões periféricas e de menor dinamismo econômico.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL: A REALIDADE DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Para Dornelas (2018), o termo empreendedorismo pode ser definido como o envolvimento de indivíduos e processos que, quando combinados, resultam na conversão de ideias em possibilidades, culminando na fundação de empreendimentos prósperos. Em linha com essa perspectiva, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2019) amplia esse conceito ao afirmar que o empreendedorismo engloba todas as iniciativas, sejam individuais, como a criação de um novo negócio ou o desenvolvimento de uma empresa já existente, ou coletivas, como a formação de uma empresa. Ou seja, abrange todo e qualquer esforço no empreendimento.

Complementarmente, De Oliveira Rodrigues *et al.* (2022) enfatizam que o empreendedorismo depende de um ambiente macroeconômico e social marcado por mudanças aceleradas e por uma competição acirrada, em que a inovação e a adaptabilidade não são apenas vantagens, mas imperativos de sobrevivência, envolvendo inúmeros riscos e exigindo cuidadoso cálculo, aplicando descobertas

positivas para que gerem riqueza e desenvolvam o país. Os empreendedores estão eliminando muitas barreiras, quebrando paradigmas, deixando a sua marca por onde passam, possuindo diferenciais em meio a uma multidão de pessoas, marcando, dessa forma, uma nova era (Dornelas, 2018).

No entanto, vale ressaltar que Santos e Corgozinho (2023) afirmam que muitas mulheres enfrentam desafios adicionais ao equilibrar carreira e vida pessoal, especialmente quando têm filhos ou outras responsabilidades familiares. Ademais, elas frequentemente encaram preconceito e discriminação de gênero, o que pode prejudicar seu acesso a redes e financiamento, tornando o lançamento de seus negócios mais complicado e exigindo mais tempo e energia para alcançar o sucesso empresarial.

Esse fato é comprovado no relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2019), que aponta que a atividade empreendedora entre os homens é significativamente mais alta do que entre as mulheres nos empreendimentos com mais de 3,5 anos de existência, mas passa a se igualar entre os dois sexos nos empreendimentos mais novos. A partir dessa constatação, um dos cenários que podem ser indicados para essa ocorrência é que, para as mulheres, é mais difícil sustentar os empreendimentos ao longo do tempo, o que evidencia que, apesar dos avanços no campo do empreendedorismo, ainda existem desafios substanciais para este grupo.

No estudo de Corrêa (2021), observa-se que questões relacionadas ao gênero ganham mais destaque quando o empreendedorismo se depara com desafios vinculados à vida pessoal, como maternidade, assédio, gerenciamento doméstico, conciliação entre vida pessoal e profissional, questões financeiras e uma série de sentimentos associados a essas experiências. Isso acontece porque as responsabilidades familiares são diferentes entre homens e mulheres, o que sugere que, para as mulheres que optam por iniciar um novo negócio, vários fatores são considerados em conjunto, indicando que são causas concomitantes e não isoladas que influenciam a decisão empreendedora.

Para De Oliveira Rodrigues *et al.* (2022), a essência do empreendedorismo reside na tríade ação: diagnosticar problemas e oportunidades, arquitetar soluções e mobilizar recursos para materializar iniciativas de impacto social positivo. Contudo, o caminho da conceção à realização é frequentemente bloqueado por barreiras sistêmicas. Entre estas,

destaca-se, como salienta Srhoj *et al.* (2022), a dificuldade crônica de assegurar financiamento – um entrave que penaliza de forma acentuada as mulheres empreendedoras e que, com frequência, sufoca a viabilidade e o crescimento dos seus negócios ainda na fase de descolagem.

Alinhado a essa questão, a GEM (2019) destaca que o quinto Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030 visa promover a igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres. Uma das estratégias sugeridas para alcançar essa meta é fomentar o empreendedorismo feminino, conforme orientado pela ONU no item 5.a, que preconiza a implementação de reformas para garantir às mulheres direitos iguais em relação a recursos econômicos, propriedade, serviços financeiros e outros aspectos.

De acordo com De Oliveira Rodrigues *et al.* (2022), a motivação primordial para o crescente interesse das mulheres em conquistar seu espaço no mercado de trabalho é a busca por flexibilidade e autonomia, duas características oferecidas pelo empreendedorismo. É importante ressaltar que essa escolha não é impulsionada por necessidades financeiras imediatas, mas sim por uma estratégia consciente e planejada para equilibrar eficazmente as demandas pelas quais são responsáveis. Dessa forma, para regularizar o empreendimento, uma das opções mais populares para quem deseja empreender de forma consciente e planejada é a formalização como Microempreendedor Individual (MEI). Esta modalidade foi instituída pela Lei Complementar 128/2008, que cria a pessoa jurídica do MEI no Brasil com a finalidade principal de reduzir a carga tributária e desburocratizar o sistema fiscal. Ademais, o MEI também insere o microempreendedor no sistema previdenciário do Estado, desmistificando a ideia de que trabalhar informalmente e fugir da burocracia seria mais benéfico do que a legalização (Almeida *et al.*, 2023).

Almeida *et al.* (2023) vão além nessa definição ao afirmar que o MEI é um tipo de empreendedor que possui uma pequena empresa e trabalha de maneira independente, podendo escolher entre diversas atividades econômicas permitidas para exercer, que se enquadram como serviços, comércio ou indústria. Dentre os principais requisitos, estão

o enquadramento de faturamento de até R\$ 81.000 por ano; pode ter apenas um funcionário; não pode ser sócio, administrador ou titular de outra empresa.

Entretanto, conforme apontado por Silva (2019), como um MEI geralmente não dispõe de uma equipe interna Para a assistência ou para não, pode contratar serviços especializados em uma área ou assunto específico; isso pode acarretar alguns desafios. O estudo de Santos (2023) aponta que grande parte dos MEIs apresenta dificuldades comuns em duas áreas principais: *marketing* e finanças.

Segundo Rachmad (2023), o *marketing* consiste em um conjunto de atividades organizadas para atender eficazmente às necessidades dos consumidores, tanto em empresas com quanto sem fins lucrativos. Com a rápida transformação dos negócios durante a pandemia da Covid-19, esse processo de mudança acelerou nos pequenos negócios. Conforme observado pelo SEBRAE (2020), quase dois terços dos pequenos negócios passaram a vender online – utilizando redes sociais, sites, marketplaces e aplicativos – e 15% adotaram essa prática em resposta direta à pandemia. Carvalho (2021) afirma que, nesse período, o *marketing* digital proporcionou apoio significativo para que os empreendedores sustentassem suas operações comerciais. Estratégias inovadoras para promover produtos e aumentar as vendas foram implementadas rapidamente, levando as empresas a adotar a nova dinâmica. Consequentemente, essa transição para o mundo digital tornou-se um fator determinante a ser cuidadosamente monitorado no que diz respeito à concorrência.

Belmont (2020) sustenta que o *marketing* digital oferece benefícios notáveis, incluindo a redução de custos e a segmentação do público-alvo desejado, além de permitir a exposição global de produtos e serviços na internet, sem necessidade de presença física para alcançar os objetivos. Essa afirmativa é evidenciada no estudo de Santos (2022, p. 25), sobre o comportamento do consumidor no Nordeste Goiano, quando afirma que “a maioria dos entrevistados passou a comprar mais *online* durante o período pandêmico e se sente satisfeita e segura com a realização de compras de forma *online*”.

O outro desafio enfrentado pelos microempreendedores individuais é o das finanças, ou seja, a gestão do dinheiro. Em uma pesquisa recente conduzida por Santos

(2023) que investigou as experiências nessa categoria, quando perguntados qual seria a maior dificuldade enfrentada enquanto MEI, 56,4% responderam que controlar finanças é um desafio significativo em suas atividades corporativas. Esta informação enfatiza a relevância do gerenciamento financeiro para os microempreendedores individuais, destacando que a habilidade de gerenciar eficientemente os recursos financeiros é uma dificuldade central em sua jornada empresarial.

Conube (2020) salienta que um dos pontos importantes da gestão financeira é não confundir as finanças pessoais com as da empresa. Porém, esta pesquisa indica que, no estágio inicial do empreendimento, os empreendedores cometem esse equívoco, especialmente porque a empresa ainda pode não ter gerado receitas suficientes para se sustentar de forma independente.

Para superar barreiras estruturais como essas, diversas iniciativas podem fomentar o empreendedorismo liderado por mulheres. Dentre estas, os programas de mentoria emergem como um mecanismo particularmente eficaz para o crescimento integral das empreendedoras, tanto no plano pessoal quanto no profissional. Porém, por vários motivos, não dispõem do conhecimento necessário e precisam alterar suas práticas de gestão para resolver grande parte de seus problemas (De Melo *et al.*, 2025). Nesse contexto, considerando as limitações financeiras, buscar consultoria gratuita torna-se uma opção viável para suprir essa lacuna de habilidades profissionais.

Em síntese, é evidente que o empreendedorismo feminino ganhou maior visibilidade na sociedade atual. No entanto, sua relevância como tema de discussão deve ser ampliada, visto que ainda se observam muitos desafios, tanto relacionados à questão de gênero quanto à gestão dos empreendimentos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia constitui um elemento central desta pesquisa, pois assegura a coerência interna do estudo, a confiabilidade dos resultados e a transparência do percurso investigativo. Conforme destacam De Lunetta e Guerra (2023), a metodologia não se limita a um conjunto de procedimentos técnicos, mas configura-se como um

instrumento reflexivo que orienta o pesquisador desde a formulação do problema até a interpretação dos achados, permitindo justificar, de forma rigorosa, as escolhas analíticas realizadas ao longo do processo científico.

Do ponto de vista de sua natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada, uma vez que está orientada à compreensão e ao enfrentamento de problemas concretos vinculados a um programa/projeto específico, com potencial para gerar subsídios práticos para a gestão pública e para os atores envolvidos. Conforme Wachekowski (2025), a investigação aplicada caracteriza-se por sua vinculação direta às demandas reais e contextuais, produzindo conhecimentos de utilidade social imediata e capazes de orientar processos de tomada de decisão.

Quanto aos objetivos, o estudo combina dois tipos de pesquisa: exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória foi adotada com o intuito de aprofundar a compreensão de um fenômeno ainda pouco sistematizado na literatura, permitindo identificar categorias analíticas, padrões e lacunas relevantes. Já a pesquisa descritiva teve como finalidade caracterizar, organizar e interpretar os elementos empíricos observados, sem intervenção direta na realidade analisada, conforme assinala Oliveira (2025). A abordagem da pesquisa é qualitativa, uma vez que se buscou compreender processos, significados, práticas institucionais e dinâmicas organizacionais associados ao programa/projeto analisado. Conforme Da Silva Torlig *et al.* (2022), a pesquisa qualitativa pressupõe um processo interpretativo e reflexivo contínuo, no qual o pesquisador articula dados empíricos, referenciais teóricos e contexto social para produzir análises aprofundadas da realidade estudada.

O referencial analítico adotado baseou-se na análise temática de inspiração interpretativa, articulando categorias analíticas definidas a partir da literatura especializada e categorias emergentes identificadas durante a leitura sistemática dos documentos e dos materiais empíricos. Essa estratégia permitiu relacionar os objetivos do estudo aos dados coletados, assegurando a coerência teórico-analítica.

Os dados empíricos foram obtidos por meio de análise documental, abrangendo documentos institucionais, relatórios técnicos, normativas, registros administrativos e materiais públicos relacionados ao programa/projeto investigado. O procedimento de

análise seguiu três etapas principais: (i) organização e sistematização dos documentos; (ii) leitura flutuante e analítica do corpus documental; (iii) interpretação dos dados à luz do referencial teórico. Para a organização e o gerenciamento do material documental, utilizou-se o *Microsoft Excel*, o que contribuiu para a transparência do processo analítico.

No que se refere aos aspectos éticos, a pesquisa não envolveu intervenções diretas com seres humanos nem a coleta de dados primários sensíveis, limitando-se à análise de documentos institucionais e de informações de domínio público ou autorizadas. Ainda assim, foram rigorosamente observados os princípios éticos da pesquisa científica, tais como o respeito, a responsabilidade, a integridade acadêmica e a confidencialidade das informações.

Os dados relacionados a pessoas físicas eventualmente mencionadas nos documentos foram tratados de forma agregada e anonimizada, em conformidade com os preceitos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD – Lei nº 13.709/2018), assegurando a proteção da identidade, da privacidade e dos direitos dos indivíduos envolvidos.

Além disso, os direitos autorais e institucionais dos empreendimentos, organizações e materiais analisados foram respeitados, com a devida citação das fontes, preservação da autoria e utilização dos dados exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, sem qualquer uso comercial ou indevido das informações.

Na seção seguinte, o Quadro 1 apresenta as classificações gerais da pesquisa, elaboradas com base nas planilhas do Excel 2013 e transferidas para o *Microsoft Word* 2013.

Quadro 1

Classificações gerais da pesquisa.

Perspectiva	Classificação	Descrição
Quanto à natureza	Aplicada	Busca-se fornecer soluções práticas para promover o empreendedorismo, explorando a realidade de cada empreendedora e suas experiências.
Quanto aos objetivos	Exploratória	O tema é pouco explorado e busca-se compreender a temática desse assunto que não foi discutido anteriormente.
	Descritiva	Trata-se da descrição de situações de determinada população, sem interferir nem manipular as variáveis.

Quanto à abordagem	Qualitativa	Concentra-se na compreensão e interpretação de experiências humanas, que não podem ser quantificadas.
Quanto aos procedimentos	Pesquisa documental	Foram analisados relatórios parciais e finais do projeto Empreendedorismo feminino, consultoria para Microempreendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano, em 2021 e 2023, bem como uma análise dos diagnósticos empresariais e das informações fornecidas nas reuniões de acompanhamento.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Conforme definido por Ujiie e Dos Anjos (2023), a análise documental envolve a exploração e a compreensão de uma multiplicidade de registros e evidências materiais que sustentam e corporizam o conhecimento científico. O seu objetivo primordial não é gerar novos dados de forma direta, mas sim examinar, sistematizar e interpretar fontes já existentes, como arquivos, relatórios, legislação, registros históricos, publicações ou quaisquer outros suportes informacionais, com o fim de elucidar, contextualizar ou reconstruir fenômenos e saberes.

Nesse sentido, o termo documento refere-se, nesta pesquisa, a registros institucionais produzidos no âmbito do projeto IF Mais Empreendedor com a finalidade de planejar, acompanhar, sistematizar e avaliar suas ações. O corpus documental analisado foi constituído por relatórios parciais e finais elaborados pela equipe executora do projeto, diagnósticos empresariais individuais produzidos durante as consultorias e registros informacionais provenientes das reuniões de acompanhamento com as empreendedoras. Esses documentos foram gerados em diferentes momentos do ciclo do projeto, seguindo formatos padronizados de prestação de contas e de monitoramento institucional, e circularam internamente entre a coordenação, os estudantes bolsistas e a instituição executora. O acesso aos materiais ocorreu mediante autorização institucional, sendo utilizados exclusivamente para fins acadêmicos. A descrição desses procedimentos permite que estudos futuros repliquem a pesquisa por meio da análise de documentos de natureza semelhante, disponíveis nos arquivos administrativos e nas coordenações locais do programa, respeitados os trâmites institucionais e éticos.

A categorização dos dados foi conduzida pelo pesquisador responsável pelo estudo, com o apoio da equipe executora do projeto na etapa de validação interna das informações, garantindo a coerência entre os registros documentais e os resumos

apresentados nos quadros. Esse procedimento permitiu sintetizar informações dispersas nos relatórios em categorias analíticas, que foram posteriormente sistematizadas e apresentadas de forma sintética nos quadros, preservando a fidelidade ao conteúdo original dos documentos.

É importante salientar que os quadros apresentados ao longo desta seção foram elaborados a partir de um processo sistemático de organização e categorização dos documentos analisados, especialmente dos relatórios parciais e finais do projeto, dos diagnósticos empresariais e dos registros das reuniões de acompanhamento. Inicialmente, os documentos foram organizados cronologicamente e por tipo de registro, formando o corpus documental da pesquisa. Em seguida, realizou-se uma leitura analítica orientada pelo referencial teórico adotado, a partir da qual foram identificadas unidades de sentido recorrentes relacionadas às fragilidades dos empreendimentos, às ações implementadas e aos efeitos observados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção são apresentados e discutidos os resultados analíticos da pesquisa, construídos a partir da interpretação dos documentos do projeto IF Mais Empreendedor do Nordeste Goiano à luz do referencial teórico adotado. A análise realizada pelo pesquisador considerou a revisão bibliográfica prévia, a apropriação conceitual do empreendedorismo feminino e das políticas de apoio às microempreendedoras, bem como a preparação analítica do corpus documental, permitindo examinar, de forma crítica, os efeitos do programa na região do Nordeste Goiano. Assim, são discutidos os impactos do projeto sobre as Microempreendedoras Individuais atendidas em 2021 e 2023, com foco na identificação de fragilidades recorrentes, nas ações adotadas para seu enfrentamento e nos principais desafios e resultados positivos observados ao longo da execução do programa.

4.1. DESCRIÇÃO DOS DADOS DOS RELATÓRIOS PARCIAIS E FINAIS DO PROJETO EMPREENDEDORISMO FEMININO

O projeto de extensão “Empreendedorismo Feminino: consultoria para Microempreendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano”, vinculado ao programa IF Mais Empreendedor e executado pelo Instituto Federal Goiano – Campus Posse, foi desenvolvido no estado de Goiás, especificamente na região do Nordeste Goiano, caracterizada por municípios de pequeno porte e forte presença de microempreendimentos. As empreendedoras participantes foram selecionadas a partir de chamadas institucionais divulgadas pelo Instituto Federal Goiano, com apoio de redes locais, como associações e parceiros institucionais, e por procura espontânea das próprias interessadas, após a divulgação do projeto nos canais oficiais da instituição.

Na edição de 2021, o projeto prestou assistência a cinco microempreendedoras individuais localizadas nos municípios de Posse e Iaciara. Em 2022, o projeto não foi executado devido a limitações operacionais e institucionais decorrentes do contexto pós-pandêmico e foi retomado em 2023. Nesta segunda edição, além de Posse e Iaciara, houve ampliação territorial do atendimento para o município de Mambai, totalizando 11 empreendimentos acompanhados ao longo das duas edições. Embora os negócios estejam sediados nesses municípios, seus produtos e serviços atendem clientes distribuídos pelas principais cidades do Nordeste Goiano, evidenciando o alcance regional das atividades desenvolvidas.

Na 1ª edição, essas empreendedoras tinham entre 25 e 35 anos; algumas começavam o negócio, enquanto outras já eram experientes na área em que atuavam. Já na 2ª edição, um público mais jovem e mais experiente também foi atendido, com participação de 20 a 45 anos. Quase todas as empreendedoras são mães e apresentaram alguns problemas em comum, principalmente o de conciliar a vida pessoal e a profissional, aspecto corroborado pela pesquisa de Santos e Corgozinho (2023).

As duas edições do projeto de extensão “Empreendedorismo Feminino: consultoria para Microempreendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano”, vinculado ao programa IF Mais Empreendedor, tiveram início em maio, com a realização de reuniões virtuais individuais com as empreendedoras atendidas, destinadas à apresentação do projeto e ao início das atividades. Em ambas as edições, a primeira

etapa consistiu na aplicação do Diagnóstico Empresarial, ferramenta utilizada para identificar fragilidades internas dos empreendimentos e possíveis desalinhamentos entre a empresa e o contexto socioeconômico em que está inserida, possibilitando a análise de instabilidades e a avaliação de desequilíbrios organizacionais (Pedrosa, 2017).

Em seguida, no mês de junho, um plano de ação foi elaborado, com o objetivo de propor soluções para as problemáticas identificadas, que contém claramente cada ação e os respectivos indicadores de acompanhamento para cada empreendedora. Utilizando essas ferramentas, durante os meses de julho e agosto, foi possível acompanhar o desenvolvimento da empresa e monitorar o impacto da consultoria, por meio de reuniões online e de feedbacks.

Simultaneamente, nos meses de agosto e setembro, foram realizadas visitas aos empreendimentos para conhecer o espaço físico de cada um. Em 2021, essa ação não pôde ser executada devido a ainda estar em um período complicado da pandemia.

Para cumprir o plano de ação, três treinamentos coletivos também foram realizados nos meses de setembro, outubro e novembro, priorizando temas identificados como as principais dificuldades no diagnóstico empresarial. Por fim, também em novembro, foram elaborados os relatórios finais do projeto, bem como foi realizada a reunião de resultados.

A combinação dessas etapas permitiu um acompanhamento minucioso e eficaz, garantindo que as ações planejadas fossem implementadas adequadamente, oferecendo o suporte necessário para que as empresas enfrentassem os desafios e colaborando para promover o desenvolvimento e o sucesso delas.

4.2. CARACTERIZAÇÃO DAS EMPREENDEDORAS ATENDIDAS NO PROJETO NOS ANOS DE 2021 E 2023

A compreensão das características das empreendedoras é de suma importância para compreender a realidade de cada uma. Por meio da identificação de suas áreas de atuação, da caracterização e do tempo de experiência, é possível obter uma compreensão mais precisa do cenário em que cada uma está inserida. O Quadro 2

apresenta a caracterização das empreendedoras atendidas pelo projeto em 2021, destacando o ramo de atuação e o tempo de atuação no mercado.

Quadro 2:

Caracterização das empreendedoras atendidas no projeto em 2021.

Empreendedoras	Ramo de atuação	Descrição do ramo de atuação	Tempo no mercado
Empreendedora 1	Salão de beleza	Trabalha com prestação de serviços como cabeleireira de modo geral, manicure e pedicure	13 anos
Empreendedora 2	Estética e Beleza	Trabalha com serviços de <i>Nails Designer</i> , manicure e pedicure	11 meses
Empreendedora 3	Calçados	Trabalha com venda de calçados para todas as idades	6 anos
Empreendedora 4	Salão de beleza	Trabalha com prestação de serviços como cabeleireira de modo geral e manicure	11 anos
Empreendedora 5	Estética e beleza	Trabalha com prestação de serviços de maquiagens	2 anos

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A empreendedora 1 está na faixa etária de 30 a 35 anos, tem uma filha e, apesar de ainda ser nova, atua formalmente no setor de beleza há 13 anos. Relatou como desafio ser mãe, esposa, dona de casa e ainda empreendedora ao mesmo tempo. Como dificuldade, apresentou desconhecimento em gerenciar o tempo dela como profissional, sem prejudicar o pessoal. A empresa presta serviços de cabeleireiro, manicure e pedicure.

A empreendedora 2 também tem faixa etária de 30 a 35 anos. É mãe de gêmeas, com idade entre 1 e 2 anos. Na época da primeira edição do projeto, em 2021, ela atuava recentemente como *Nails Designer*. Uma das questões apresentadas por ela foi a necessidade de orientações por parte dos participantes do projeto para reorganizar o layout de suas empresas, pois atenderiam em um novo espaço. Relatou que optou por empreender, pois assim teria mais liberdade para administrar o seu tempo, especialmente porque as crianças eram pequenas; ela queria trabalhar e não tinha com quem deixá-las.

A empreendedora 3 também possui um perfil mais jovem: é mãe de três filhos, casada e atua no setor de comercialização de calçados e artigos de moda há 6 anos. Relatou como desafio ser insegura, em que, apesar de possuir uma visão de crescimento da empresa — como ampliar a loja, mudar o layout —, não tinha essa autonomia, já que

era um negócio do casal; então, havia algumas limitações, pois era a opinião dos dois e não somente dela no negócio.

A empreendedora 4 tem entre 30 e 35 anos, é mãe de um filho e atua no ramo da beleza há 11 anos. Ela gerencia um salão próprio que oferece serviços como escova, progressiva, cortes, entre outros, além de ser manicure. Destacou que a separação entre o capital da empresa e o capital pessoal representava um desafio significativo no seu empreendimento, dificultando-lhe lidar com essa questão.

A empreendedora 5, ao contrário das anteriores, não é mãe e está na faixa etária de 25 a 30 anos. Ela é casada e atua no setor de estética e beleza, oferecendo serviços de maquiagem. Seu empreendimento foi iniciado em 2021, durante o período pandêmico, com atendimento realizado em um espaço de sua residência. À época da execução do projeto, encontrava-se em fase inicial de consolidação do negócio, com aproximadamente dois anos de experiência no empreendimento, o que a motivou a investir no aprimoramento de suas habilidades por meio da participação em cursos e treinamentos.

As principais dificuldades encontradas nesta edição estavam relacionadas ao desafio de equilibrar a vida pessoal e profissional, bem como à gestão das finanças, incluindo a separação adequada entre os recursos financeiros da empresa e os pessoais, como observado por Santos e Corgozinho (2023) e Conube (2020), respectivamente.

Ademais, na edição de 2023, notou-se o atendimento a um grupo mais diverso de empreendedoras, ao analisar as áreas de atuação e as faixas etárias de cada uma delas. O Quadro 3 apresenta o ramo de atuação, a caracterização das empreendedoras e o tempo de atuação no mercado em 2023.

Quadro 3:

Caracterização das empreendedoras atendidas no projeto em 2023

Empreendedoras	Ramo de atuação	Descrição do ramo de atuação	Tempo no mercado
Empreendedora 6	Locação de máquinas	Trabalha com locação de retroescavadeiras, com manutenção, mão de obra por responsabilidade da locadora	01 ano

Empreendedora 7	Comércio varejista	Trabalha na venda de doces presenteáveis, cestas e decorações para surpresas.	10 anos
Empreendedora 8	Comércio de cosméticos	Trabalha com venda de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	01 ano
Empreendedora 9	Fabricação de artigos para viagem	Trabalha com confecção de malas, bolsas, necessários, entre outros	11 meses
Empreendedora 10	Comércio varejista de utilidades para cozinha	Trabalha na venda de artigos de decoração, mesa posta e utensílios de cozinha.	3 anos
Empreendedora 11	Estética e beleza	Trabalha com prestação de serviços relacionados a cuidados com beleza, executando procedimentos estéticos	11 meses

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

O recorte temporal adotado para o cálculo do tempo de atuação das empreendedoras correspondeu ao momento em que cada mulher foi atendida pelo projeto, ou seja, ao período de sua participação efetiva nas edições de 2021 ou de 2023. Dessa forma, o tempo de empreendimento foi estimado retrospectivamente a partir do ano de início da atividade informado nos diagnósticos empresariais e registrado nos relatórios do projeto, tomando como referência o ano de ingresso no projeto. Esse critério permitiu padronizar a comparação entre as participantes e evitar distorções decorrentes de períodos posteriores à execução das ações.

A empreendedora 6 possui um perfil diferente de todos os demais atendidos neste projeto, pois trabalha com locação de máquinas de grande porte há um ano, sendo a única a se enquadrar como microempresa, que pode faturar até 360 mil por ano. Além de todos os desafios enfrentados por ser mulher, ela superou ainda mais um obstáculo ao atuar em um setor frequentemente dominado por homens. Está numa faixa etária entre 30 e 35 anos, não é mãe e relatou que tem uma empresa bem organizada, apesar de apresentar como dificuldade não conseguir saber exatamente quanto tem de rendimento nem mensurar a renda. Já a empreendedora 7 possui um perfil jovem, com faixa etária entre 20 e 25 anos. É casada, não é mãe e relatou que, desde a adolescência, tem interesse em empreender, começando e parando diversas vezes, até que, ao perceber que realmente estava dando certo, passou a se dedicar somente à empresa. Relatou como desafio que a sua renda provém somente da empresa; em algumas situações de dificuldades pessoais, deixou o caixa zerado, não conseguindo separar as finanças

pessoais das empresariais, deixando a emoção ultrapassar a razão, mesmo sabendo o que devia ser feito.

A empreendedora 8 também possui um perfil jovem, com faixa etária entre 20 e 25 anos. Atua no setor de beleza com a venda de cosméticos, perfumaria e acessórios. Relatou que sempre teve interesse em empreender nessa área, pois possui conhecimentos que facilitam a explicação dos benefícios dos produtos às clientes. É mãe de uma criança de dois anos e explica que este foi também uma força a mais para empreender, visto que poderia acompanhar de perto o crescimento da filha, embora tenha que ficar com ela na loja o tempo todo.

A empreendedora 9 possui um perfil mais experiente, se enquadra na faixa etária de 40 a 45 anos e é mãe de três filhos. Ela realiza a fabricação de artigos de viagem, como bolsas e necessários. Relatou como principal desafio a gestão eficiente do tempo, uma vez que assume múltiplas responsabilidades tanto dentro quanto fora da empresa. Como única colaboradora, ela é responsável por todas as etapas da produção, desde o corte do material até o acabamento final. Além disso, lida com encomendas personalizadas, o que impõe o cumprimento de prazos de entrega para preservar sua credibilidade no mercado.

A empreendedora 10 possui um perfil inovador, com idade entre 30 e 35 anos. Tem três anos de experiência no mercado e é mãe de dois filhos. Iniciou sua trajetória com um pequeno conjunto de produtos para cozinha e mesa posta, para realizar testes. Ao longo do tempo, introduziu, de forma cautelosa, uma série de novidades, com produtos mais sofisticados, pois sua região de atuação ainda não estava familiarizada com essas inovações. Ela enfrentou desafios pessoais que tiveram impacto significativo em seu negócio, principalmente porque, na época, era a única responsável pelo trabalho e teve dificuldades para equilibrar sua vida pessoal e profissional.

A empreendedora 11 possui um perfil inovador, com faixa etária entre 30 e 35 anos. É mãe de três filhos. É uma referência na região devido ao uso de equipamentos inovadores para a realização de procedimentos estéticos avançados e, desde o final de 2022, esse tem sido seu trabalho. Ela compartilhou que a decisão de empreender surgiu da falta de reconhecimento no trabalho como enfermeira. No início, ela atendia seus

clientes apenas nas horas vagas, mas depois passou a se dedicar exclusivamente a essa atividade, o que proporcionou um equilíbrio melhor entre sua vida profissional e pessoal. Ou seja, ela faz parte das mulheres que, a cada dia, conseguem melhorar a maneira de lidar com demandas simultâneas.

4.3. PONTOS FRACOS APRESENTADOS PELAS EMPREENDEDORAS ATENDIDAS NO PROJETO

Cada empreendedora trilha uma jornada única, com seus próprios talentos e determinação para alcançar o sucesso em seus negócios. No entanto, ao aprofundar a análise das empreendedoras e de seus empreendimentos, torna-se evidente que há pontos fracos comuns entre elas.

Ao analisar as informações coletadas nas duas edições do projeto, pôde-se identificar uma série de pontos que poderiam ser aprimorados. Esses pontos fracos são elementos críticos que, quando compreendidos e tratados adequadamente, podem desempenhar um papel significativo na história próspera do empreendimento. A seguir, apresenta-se o Quadro 4, que evidencia os pontos fracos identificados nessas empresas em 2021.

Quadro 4:

Pontos fracos das empreendedoras atendidas em 2021

Empreendedoras	Pontos fracos
Empreendedora 1	- Ausência de controle financeiro; - Dificuldades em utilizar redes sociais; - Falta de acompanhamento das receitas e das despesas. - Diminuição de clientes devido à pandemia
Empreendedora 2	- Montando um espaço físico de trabalho novo - Ausência de controle financeiro
Empreendedora 3	- Ausência de sistema automatizado de controle de estoques - Ausência de controle financeiro - Dificuldades em utilizar redes sociais
Empreendedora 4	- Falta de registro de fluxo de caixa - Ausência de controle financeiro - Dificuldades em utilizar redes sociais
Empreendedora 5	- Falta de registro de fluxo de caixa - Ausência de controle financeiro - Dificuldades em utilizar redes sociais - Diminuição de clientes devido à pandemia

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Como pode ser observado no Quadro 4, os principais pontos fracos estão relacionados às finanças e às dificuldades associadas ao marketing, como o uso de redes sociais, em que a maioria das empreendedoras envolvidas apresentou esses dois pontos em comum. Esses dados corroboram as conclusões do estudo realizado por Santos (2023), que também concorda que essas áreas representam dificuldades para as empreendedoras.

Além disso, Carvalho (2021) destaca que, no contexto da pandemia, muitas empresas passaram a promover seus produtos por meio de plataformas online, recorrendo a estratégias digitais para sustentar e ampliar as vendas. Esse cenário exigiu das empreendedoras a rápida adoção de novas práticas de gestão e comunicação, o que contribui para compreender os desafios enfrentados no período analisado. Semelhante ao observado na edição de 2021, a edição do projeto realizada em 2023, após a interrupção das atividades em 2022, em razão de limitações operacionais e institucionais, evidenciou fragilidades nos empreendimentos e aspectos passíveis de aprimoramento. O Quadro 5 apresenta uma sistematização individualizada desses elementos para cada empreendedora atendida.

Quadro 5:

Pontos fracos das empreendedoras atendidas em 2023.

Empreendedoras	Pontos fracos
Empreendedora 6	- Dificuldades no controle financeiro
Empreendedora 7	- Dificuldades na elaboração de estratégias de <i>marketing</i> - Dificuldades em utilizar redes sociais
Empreendedora 8	- Dificuldades no controle financeiro - Dificuldades em utilizar ferramentas em redes sociais
Empreendedora 9	- Dificuldades na gestão do tempo
Empreendedora 10	- Dificuldades em utilizar as ferramentas da internet, como Canva, Instagram e WhatsApp
Empreendedora 11	- Dificuldades em realizar o controle de caixa

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A interpretação dos dados apresentados no Quadro 5 revela que o ponto fraco mais frequente foi a dificuldade relacionada às redes sociais, ao uso de ferramentas adequadas para o marketing da empresa e, em seguida, às dificuldades financeiras, como o controle de caixa e a manutenção de finanças pessoais e jurídicas separadas.

Conforme observado por Conube (2020), os empreendedores enfrentam muitos desafios na gestão financeira, sendo notável que muitas dificuldades ocorrem justamente nesta separação de suas finanças. Um exemplo prático foi a empreendedora 7, que, em momentos de adversidade, permitiu manter o caixa zerado, mesmo sabendo que essa prática não é correta. Este autor reforça, então, que essa falta de segregação financeira é um dos fatores que contribuem para as dificuldades na gestão financeira empresarial.

4.4. AÇÕES EMPREENDIDAS PARA APOIAR NA MELHORIA DOS PONTOS FRACOS DAS EMPREENDEDORAS ATENDIDAS PELO PROJETO

Para sanar as lacunas identificadas em diferentes empreendimentos, foram implementadas ações estratégicas. Cada ponto fraco identificado foi cuidadosamente estudado, visando garantir que, com o projeto, fosse possível minimizá-lo e contribuir de forma significativa para aprimorar esses aspectos específicos. No Quadro 6, observam-se um resumo de todas as ações empreendidas e uma breve descrição de cada uma delas.

As ações apresentadas no Quadro 6 não foram definidas de forma prévia ou padronizada, mas resultaram de um processo analítico progressivo, construído com base na interpretação dos documentos produzidos ao longo da execução do projeto. Inicialmente, os diagnósticos empresariais individuais permitiram identificar fragilidades recorrentes e específicas em cada empreendimento, especialmente nas áreas de gestão financeira, marketing digital, organização do negócio e gestão do tempo. Esses diagnósticos foram registrados em instrumentos padronizados e discutidos em reuniões com a equipe do projeto, constituindo a base empírica para a tomada de decisão.

A partir dessa análise, a equipe avaliou a pertinência das ferramentas e estratégias a serem acionadas, considerando tanto as necessidades identificadas quanto a viabilidade de implementação em cada contexto de empreendedora. As ações, como planos de ação, consultorias individuais, visitas técnicas e treinamentos, foram, portanto, selecionadas de forma intencional e fundamentada, articulando os problemas

diagnosticados aos objetivos do projeto e às evidências documentais disponíveis. Esse encadeamento analítico assegurou a coerência entre o diagnóstico, a escolha das ferramentas e as ações implementadas, permitindo a replicação do processo em contextos semelhantes.

Quadro 6:

Ações empreendidas para melhoria dos pontos fracos

Ações Empreendidas	Descrição
Diagnósticos Empresariais	Realizados por meio de reuniões individuais (<i>online</i>), preenchendo a planilha de diagnóstico com toda a equipe presente.
Planos de Ações	Elaborados com base na ferramenta 5W2H, para mapear e planejar as ações.
Consultorias individuais	Realizadas por meio de acompanhamento semanal, reuniões virtuais e mensagens de texto.
Visitas técnicas	Conduzidas presencialmente ou por meio de reuniões virtuais, realizando, assim, aproximações com as empreendedoras. Foi possível conhecer as empresas, seus produtos, os locais de atendimento e a infraestrutura.
Treinamentos	Realizados para sanar dúvidas e ensinar novos conceitos, com temáticas voltadas à educação financeira, à ferramenta Canva e ao Instagram.
Evento sobre Empreendedorismo e o Feminino	Promovido com o intuito de aproximar as empreendedoras, apoiar ações de empreendedorismo feminino, fomentar o empoderamento feminino e divulgar as empresas atendidas pelo projeto à comunidade do IF Goiano - Campus Posse.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

O diagnóstico empresarial foi a primeira ação, com o objetivo de conhecer o empreendimento. Ela era a norteadora deste contato inicial, no qual foram feitas perguntas de resposta livre sobre assuntos como marketing, finanças e estratégias utilizadas, e na própria planilha há espaço para registrar as respostas, além de identificar os pontos fracos de cada uma.

Essa metodologia é utilizada principalmente no mapeamento e na padronização de processos, para estabelecer procedimentos associados e indicadores. Os planos de ação são fundamentais para a definição de responsabilidade, métodos, prazos, objetivos e recursos necessários.

Com o intuito de aprimorar a supervisão das ações, foram oferecidas sessões de consultoria individual, o que permitiu um acompanhamento mais preciso do progresso das iniciativas propostas. Essa supervisão foi conduzida por meio de reuniões virtuais e

comunicações por mensagens de texto via aplicativo, assegurando à equipe, em particular ao aluno que presta assistência direta à empreendedora, disponibilidade total para esclarecer quaisquer dúvidas que pudessem surgir. Esse acompanhamento, em 2023, foi ainda mais próximo, uma vez que, com o período da pandemia da Covid-19 já superado, tornou-se possível uma maior proximidade com as empreendedoras e os membros da equipe. Foram realizadas visitas a todos os empreendimentos atendidos, nas quais havia uma conversa sobre os produtos vendidos ou os serviços prestados, degustação de produtos, demonstração do funcionamento de aparelhos e esclarecimento de dúvidas que surgiam, buscando entender ainda mais o negócio de cada uma.

Além disso, como algumas problemáticas em comum foram identificadas, a equipe optou por realizar treinamentos em grupo para sanar dúvidas, ensinar novos conceitos e práticas a cada participante e, ao mesmo tempo, esclarecer dúvidas que poderiam ser comuns a elas. Em 2021, foram realizados três treinamentos online, todos voltados ao público-alvo de micro e pequenas empresas, com temáticas relacionadas à educação financeira e ao uso de ferramentas como Canva e Instagram. Todos foram abertos ao público externo, a fim de repassar essas informações a mais pessoas.

Em 2023, embora tenham sido identificados desafios semelhantes aos da edição anterior, houve uma modificação na forma de implementação das ações do projeto. As atividades contaram com a atuação direta de estudantes de graduação do curso de Administração do Instituto Federal Goiano – Campus Posse, vinculados ao projeto de extensão na condição de bolsistas e voluntários, sob supervisão docente. Cada empreendedora foi acompanhada individualmente por um estudante, o que possibilitou um atendimento personalizado e contínuo. Nesse contexto, foi realizado um treinamento presencial voltado à educação financeira, com o objetivo de capacitar as participantes e implementar ações específicas para enfrentar as dificuldades relacionadas ao uso das redes sociais. Essas ações incluíram a análise criteriosa dos perfis empresariais no Instagram, a implementação de melhorias e a construção conjunta de estratégias de comunicação, além da criação de conteúdos visuais na plataforma Canva, visando aprimorar o posicionamento digital dos empreendimentos e superar as fragilidades identificadas.

Ademais, foi realizado o evento “Empreendedorismo Feminino: experiências que inspiram”, no Instituto Federal Goiano - Campus Posse, com o objetivo de proporcionar um ambiente adequado para que as empreendedoras pudessem interagir entre si e com o público externo. Durante o evento, essas empreendedoras compartilharam suas experiências, abordando os desafios enfrentados e as motivações que as levaram a começar a empreender, com foco em inspirar outras pessoas com suas trajetórias. Além disso, o evento incluiu uma exposição dos produtos comercializados e dos serviços oferecidos pelas empreendedoras, permitindo que o público presente conhecesse mais de perto o trabalho de cada uma. Essa iniciativa visava não apenas apresentar suas atividades, mas também criar oportunidades de negócios, considerando a diversidade de perfis de estudantes que poderiam se tornar consumidores dos produtos e serviços apresentados.

O engajamento dos estudantes nas ações de apoio às empreendedoras foi identificado como um elemento relevante a partir da análise dos relatórios parciais e finais do projeto, nos quais foram registrados acompanhamentos individuais, descrições das atividades desenvolvidas e avaliações qualitativas dos resultados alcançados. Esses documentos indicam que as orientações personalizadas e a assistência prática prestadas pelos alunos contribuíram para mudanças observáveis na organização dos empreendimentos, como a adoção de instrumentos de controle financeiro, a reestruturação de perfis nas redes sociais e a implementação de rotinas de planejamento. A interpretação desses registros, realizada à luz do referencial teórico sobre empreendedorismo feminino e extensão universitária, permitiu inferir que a atuação dos estudantes esteve associada a melhorias nos processos de gestão das empreendedoras, ainda que tais resultados devam ser compreendidos como efeitos qualitativos e contextuais do projeto.

Dentre as diversas ações empreendidas, destacam-se a criação de planilhas do *Excel* para controle de custos, com instruções claras de preenchimento; orientação no planejamento de ações estratégicas, desde o *layout* da organização até promoção de vendas; sugestões de aplicativos gratuitos e livro caixa para controle financeiro, registro de fluxo de caixa, incluindo esclarecimento de dúvidas; apresentação de sistemas

gratuitos para gestão de estoques; propostas de abordagens para uso das redes sociais visando à atração de clientes e/ou a oferta de serviços agendados pela internet; capacitação no uso de aplicativo gratuito para gerenciamento de clientes e ensino de técnicas para elaboração de cronogramas, visando melhorar a gestão do tempo.

É crucial enfatizar que o sucesso dessas iniciativas decorreu não apenas do empenho dos alunos, mas também do comprometimento e da dedicação das empreendedoras na implementação das ideias sugeridas, o que resultou em bons resultados. Para Dornelas (2018), esse envolvimento dos indivíduos é essencial para a criação de um empreendimento próspero. Por meio de um acompanhamento contínuo e atento, garantiu-se a aplicação eficaz de todas as ferramentas e estratégias propostas, o que resultou em avanços ao longo do processo.

4.4. PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS EMPREENDEDORAS E IMPACTOS POSITIVOS DURANTE A EXECUÇÃO DO PROJETO

Ao longo do desenvolvimento do projeto, foram identificados desafios enfrentados pelas empreendedoras atendidas, que frequentemente se mostraram obstáculos ao alcance do sucesso em seus empreendimentos. O Quadro 7 apresenta um resumo desses desafios e uma breve descrição de cada um.

Quadro 7

Principais desafios enfrentados pelas empreendedoras.

Desafios enfrentados	Descrição
Equilibrar carreira e vida pessoal	O tempo disponível para se dedicarem ao projeto era bem limitado, por terem que assumir o controle empresarial durante o dia e, na esfera pessoal, à noite, muitas vezes não conseguindo encontrar um equilíbrio entre essas duas vertentes.
Nível de conhecimento sobre gestão	O nível de conhecimento sobre gestão das participantes deste projeto era limitado, visto que não possuíam formação acadêmica nem cursos sobre gestão, uma vez que dedicavam menor investimento em capacitação e conhecimentos nessa área.
Divulgação na internet	A divulgação na internet era uma dificuldade, pois várias empreendedoras afirmaram sentir-se envergonhadas e enfrentar barreiras para se expor e manter-se engajadas todos os dias nas redes sociais, para gravar conteúdos digitais e publicar posts.
Maternidade	As empreendedoras enfrentavam limitações devido à maternidade. Ocasionalmente, os filhos estavam presentes em suas lojas durante o atendimento aos clientes e em outras atividades empresariais, o que exigia que equilibrassem múltiplos papéis simultaneamente, tornando o dia a dia ainda mais intenso.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Inicialmente, tem-se que gerenciar uma carreira e os compromissos pessoais é um desafio enfrentado pelas mulheres empreendedoras participantes do projeto “Empreendedorismo Feminino, Consultoria Para Microempreendedoras Individuais Afetadas Pela Pandemia No Nordeste Goiano”. O tempo disponível para se dedicarem ao projeto era bem limitado; as reuniões eram complexas de agendar, visto que passavam a maior parte do dia trabalhando em seus próprios empreendimentos e, à noite, precisavam resolver demandas pessoais.

Santos e Corgozinho (2023) destacam essa questão do equilíbrio em seus estudos, enfatizando que é difícil conciliar a vida profissional e pessoal, o que constitui um desafio; no entanto, para lidar com essa dificuldade, algumas mulheres estão adotando estratégias para conciliar suas responsabilidades com sucesso. Como tentativa de equilibrar essas demandas, as mulheres vêm se inserindo cada vez mais no mercado de trabalho como empreendedoras (De Oliveira Rodrigues *et al.*, 2022). Contudo, foi possível observar que o nível de conhecimento das participantes deste projeto sobre gestão era limitado, uma vez que elas não possuíam formação acadêmica nem cursos na área. A pesquisa *Sobrevivência de Empresas* (2021), conduzida pelo Sebrae, corrobora essa constatação ao afirmar que, entre os microempreendedores individuais, há uma maior proporção de pessoas que estavam desempregadas antes de abrir o negócio, o que resulta em menor investimento em capacitação e em conhecimentos e experiências limitados no ramo escolhido, explicando assim a falta de conhecimentos nessa área.

Outrossim, no uso das redes sociais durante as reuniões de consultoria, foram levantadas questões sobre os desafios enfrentados pelas empreendedoras. Várias empreendedoras afirmaram sentir-se envergonhadas, enfrentando dificuldades para se expor e manter-se engajadas todos os dias, tanto na gravação de conteúdos digitais quanto na publicação de posts. Essa relutância em se destacar também foi observada na pesquisa de Santos (2023), na qual 41,8% dos entrevistados apontaram a divulgação na internet como a segunda maior dificuldade enfrentada por microempreendedores individuais.

As empreendedoras frequentemente enfrentavam desafios devido às restrições impostas pela maternidade. A presença dos filhos em seus estabelecimentos comerciais

durante o atendimento a clientes e outras tarefas empresariais acrescentava uma complexidade adicional, pois deviam estar atentos a ambas as ocupações, o que tornava o dia a dia ainda mais intenso.

A partir da implementação das estratégias e do percurso do projeto, foi possível identificar os impactos decorrentes da consultoria, que agregaram consideravelmente à trajetória das empreendedoras. O Quadro 8 apresenta a identificação desses impactos e a respectiva descrição.

Quadro 8:

Principais efeitos do projeto IF Mais Empreendedor no Nordeste goiano

Impactos	Descrição
Aprimoramento do nível de conhecimento	Aprimorou-se o conhecimento sobre empreendedorismo, com dicas para otimizar o negócio, o Instagram e o uso das redes sociais, bem como para abordagens com clientes, precificação, promoção e educação financeira. Tudo isso foi proporcionado por meio de consultorias individuais, treinamentos e visitas, presenciais e online.
Interação com outras empreendedoras	Realizou-se no evento “Empreendedorismo feminino: experiências que inspiram”. Durante este evento, elas puderam compartilhar experiências, fazer <i>networking</i> e estabelecer possíveis parcerias entre si. Essa aproximação não seria possível sem a execução e participação neste projeto.
Aprimoramento do <i>marketing</i> digital.	Executaram-se consultorias específicas sobre Instagram, gravação de vídeos e produção de conteúdo para as redes sociais. Elas tiveram uma compreensão aprofundada do papel do <i>marketing</i> digital no posicionamento da marca e da empresa na internet.
Aprimoramento do controle financeiro	Aprimoraram-se aspectos financeiros por meio da sugestão de planilhas, de sistemas para uso no celular e de livro-caixa, todos gratuitos e personalizados para atender a necessidades específicas.
Aproximação com Instituto Federal Goiano (estreitamento dos laços)	Proporcionou às empreendedoras a aproximação com o Instituto Federal Goiano, despertando o interesse em aprofundar o conhecimento sobre as áreas em que atuam, por se tratar de um ambiente acadêmico e de aprendizagem. Além disso, despertou possibilidades de parcerias futuras com a instituição e de contratação de estagiários ou de profissionais formados pelo Instituto.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Um impacto primordial foi o acesso das empreendedoras a conhecimentos especializados fornecidos por estudantes com foco em administração. Esse acesso permitiu que enfrentassem, de forma mais profissional, os desafios em áreas específicas, aprimorando o que já sabiam. A participação no projeto proporcionou que elas recebessem consultorias direcionadas, o que é muito importante, pois evidencia que têm um papel crucial na resolução de dificuldades, o que demonstra a importância desse tipo de suporte.

Ademais, destaca-se como importante o impacto da interação com outras empreendedoras de ramos distintos. Durante o evento “Empreendedorismo feminino: experiências que inspiram”, elas puderam compartilhar histórias de vida, fazer networking e estabelecer possíveis parcerias umas com as outras, ou seja, uma aproximação que não seria possível sem a execução e a participação neste projeto.

Esse contato no evento ofereceu a elas um ambiente de apoio e encorajamento, facilitando a superação de obstáculos comuns e a aquisição de novos conhecimentos, potencializando o crescimento dos negócios e, possivelmente, o desenvolvimento pessoal, pois, para algumas delas, essa foi a primeira vez que foram o centro das atenções de um público tão numeroso.

A desenvoltura de engajamento nas plataformas de mídia social revelou-se um impacto notável do projeto. Após compreenderem a importância da consistência online, as empreendedoras ampliaram sua presença, adotando a gravação de vídeos e aplicando as técnicas de *design* do Canva, ensinadas durante as consultorias, para publicar com mais frequência.

Além disso, as empreendedoras tiveram uma compreensão aprofundada do papel do marketing digital no posicionamento da marca e da empresa na internet, passando a estabelecer comunicação direta com seu público-alvo e fortalecendo os laços com os clientes por meio das redes sociais. Cruvinel (2020) destacou, em sua pesquisa sobre essa mudança nas estratégias de promoção e vendas, que as empresas migraram exclusivamente do contato nas lojas físicas para o ambiente virtual, por meio de plataformas de redes sociais e outros meios, corroborando as ações realizadas durante o projeto. As empreendedoras atendidas também tiveram a oportunidade de aprimorar aspectos fundamentais das finanças empresariais, desde a gestão financeira básica até fatores mais avançados, utilizando planilhas elaboradas exclusivamente para atender a necessidades específicas, sistemas sugeridos para uso no celular ou o livro-caixa para aquelas que não eram adeptas à tecnologia. Todos esses recursos foram disponibilizados gratuitamente, pois, conforme Corrêa (2021), um dos obstáculos que elas enfrentam está associado a questões financeiras; portanto, a oferta de ferramentas que não gerem custos extras nesse momento inicial é essencial.

Outro impacto identificado foi a interação com o Instituto Federal Goiano. Algumas empreendedoras tiveram a oportunidade de visitar o campus Posse para treinamentos e o evento, o que despertou o interesse em aprofundar o conhecimento sobre as áreas em que atuam ao conhecer os cursos oferecidos pela instituição.

Ademais, percebeu-se que esse encontro não apenas fortaleceu os laços entre as empreendedoras e o instituto, mas também ampliou o alcance da instituição para novos públicos e horizontes, reforçando a percepção de que o IF Goiano é um defensor da ciência e da tecnologia. Além disso, essa visita das empreendedoras ao campus despertou possibilidades de parcerias futuras com a instituição, como a realização de palestras, eventos e treinamentos, e a contratação de estudantes como estagiários e a inclusão de graduados como funcionários em suas respectivas empresas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo analisou os efeitos do projeto IF Mais Empreendedor no Nordeste Goiano como ferramenta de apoio estratégico para mulheres empreendedoras, alcançando os cinco objetivos específicos delineados.

A caracterização do perfil das empreendedoras revelou faixa etária predominante entre 20 e 40 anos. As principais fragilidades diagnosticadas concentraram-se em duas áreas: (i) marketing – dificuldades na manutenção da constância em redes sociais, uso de estratégias eficazes e criação de conteúdo atrativo; (ii) finanças – controle de caixa, gestão do dinheiro e separação entre finanças pessoais e empresariais. As ações do projeto incluíram diagnósticos empresariais, planos de ação, consultorias individuais, visitas técnicas, treinamentos e um evento sobre empreendedorismo feminino.

Os desafios enfrentados pelas empreendedoras transcendem as fragilidades técnicas: envolvem o equilíbrio entre carreira e vida pessoal, a conciliação com a maternidade, o nível de conhecimento em gestão e a divulgação online. Esses desafios não são exclusivos do público atendido, mas adquirem contornos específicos no Nordeste Goiano – região com menor dinamismo econômico e acesso limitado a redes de apoio institucional. Os impactos positivos do projeto incluem aumento do nível de

conhecimento, interação com outras empreendedoras, melhorias no posicionamento em marketing digital, aprimoramento do controle financeiro e aproximação com o Instituto Federal Goiano.

Limites da pesquisa: é necessário reconhecer que os resultados aqui apresentados baseiam-se exclusivamente em análise documental, sem triangulação com entrevistas em profundidade ou observação participante. Além disso, o número reduzido de empreendedoras atendidas (11) não permite generalizações estatísticas, embora a abordagem qualitativa priorize a profundidade interpretativa. Outro limite relevante é a ausência de um grupo de controle ou de uma linha de base comparativa anterior ao projeto, o que dificulta isolar os efeitos atribuíveis exclusivamente à intervenção. Condições contextuais específicas – como o período pós-pandemia, a localização geográfica periférica e as características socioeconômicas locais – podem ter influenciado tanto as dificuldades relatadas quanto os resultados alcançados, sem que tenha sido possível mensurar esse impacto de forma precisa.

O empreendedorismo feminino desempenha um papel fundamental no empoderamento econômico das mulheres, proporcionando independência financeira e contribuindo para a igualdade de gênero. Projetos de apoio às empreendedoras merecem maior incentivo em diferentes regiões do Brasil, especialmente naquelas com infraestrutura de apoio menos desenvolvida. O Programa IF Mais Empreendedor, ao atender a mais de 2500 empreendimentos em todo o território brasileiro, destaca-se como uma política pública relevante em termos de impacto social. Ao promover melhorias nos empreendimentos, desencadeia a geração de empregos e renda, contribuindo para a redução das desigualdades sociais e para a dinâmica econômica nacional.

Além dos efeitos positivos na esfera econômica, o programa também promove o crescimento pessoal e profissional dos estudantes envolvidos. Ao aplicarem na prática os conhecimentos adquiridos no ambiente acadêmico, esses alunos vivenciam um enriquecimento significativo de suas habilidades e competências, preparando-se de forma mais eficaz para os desafios do mercado de trabalho.

Para estudos futuros, sugere-se a realização de pesquisa qualitativa por meio de entrevistas em profundidade com as MEIs atendidas nas edições de 2021 e 2023, de modo a captar mudanças longitudinais e aspectos subjetivos não registrados em relatórios. Recomenda-se também investigar os impactos do programa sobre os alunos participantes, avaliando sua relevância e os benefícios para esse grupo. Por fim, seria produtivo comparar os efeitos do IF Mais Empreendedor em diferentes regiões do país, controlando variáveis contextuais como acesso a mercado, infraestrutura digital e disponibilidade de redes de apoio local.

REFERÊNCIAS

- Almeida, A. E.; Froelich, M. S.; Vigorena, D. L. (2021). *As ações emergenciais e inovadoras adotadas pelas pequenas e médias empresas de Toledo-PR diante da covid-19*. Disponível em: https://abpsec.com.br/abpsec/wp-content/uploads/2022/02/21.REX_As-Acoes-Emergenciais-e-Inovadoras-Adotadas-pelas-Pequenas-e-Medias-Empresas-de-Toledo-PR-frente-a-Covid-19.pdf Acesso em: 15 set. 2023.
- Almeida, F. A. S. De; Coelho, F; Malafaia, A. C; Vieira, C. M. N. (2023). O microempreendedor individual (MEI) no Brasil: uma perspectiva geral. *Peer Review*, v. 5, n. 4, p. 34–47, 2023.
- Belmont, F. (2020). *Marketing digital e-commerce*. [S.I.]. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=SZ_eDwAAQBAJ&pg=PT2&dq=marketing+digital&hl=ptBR&sa=X&ved=0ahUKEwiO_OqvdpAhV5IbkGHbC5CrYQ6AEITDAE#v=onepage&q=marketing%20digital&f=true. Acesso em: 28 out. 2023.
- Brasil. (2023). *Coronavírus*. Brasília, DF: Ministério da Saúde. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/coronavirus> . Acesso em: 15 de out. 2023.
- Souza, G. S. B., Guimarães, Í. J. B., Ouro-Salim, O., & Fanho, A. D.: Mulheres Empreendedoras: Impactos Do Programa If Mais Empreendedor No Nordeste Goiano. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. V.11, Nº1, p. 203-237, Jan/Abr 2026. Artigo recebido em 11/11/2026. Última versão recebida em 10/04/2026. Aprovado em 23/05/2026.

- Carvalho, L. O. C. (2021). *Marketing digital em micro e pequenas empresas na pandemia: estudo de caso no município de Sapeaçu-BA*. 47f. Monografia (Graduação em administração) - Centro Universitário Maria Milza, Governador Mangabeira - BA, 2021.
- Conube. (2020). *Veja 5 dicas para manter um bom controle financeiro no MEI*. Disponível em: <https://www.maismei.com.br/blog/veja-5-dicas-para-manter-um-bom-controle-financeiro-para-mei>. Acesso em: 20 out. 2023.
- Corrêa, V. V. (2021). *Mulheres microempendedoras individuais: motivações, desafios e questões de gênero*. 65 f. Trabalho de conclusão do curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Departamento de Ciências Administrativas, Porto Alegre, 2021.
- Da Silva Torlig, E. G. *et al.* (2022). Proposta de validação de instrumentos de pesquisa qualitativa (Vali-Quali). *Administração: Ensino e Pesquisa*, v. 23, n. 1.
- De Lunetta, A; Guerra, R. (2023). Metodologia da pesquisa científica e acadêmica. *Revista OWL (OWL Journal) - Revista Interdisciplinar de Ensino e Educação*, v. 1, n. 2, p. 149-159.
- Melo, K. B. De; Veiga, H. M. da S. (2025). Mentoria e empreendedorismo feminino: uma revisão sistemática sobre o impacto e as práticas. *RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade*, v. 11, p. 1–20, 2025.
- Rodrigues, C. De Oliveira; Lopes, M. L. B.; Santos, M. A. S. dos. (2022). Empreendedorismo feminino e agricultura: uma revisão sistemática da literatura. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 3, p. e42111326741.
- Dornelas, J. (2018). *Empreendedorismo, transformando ideias em negócios*. 7. ed. - São Paulo: Empreende, 288 p.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2019). *Empreendedorismo no Brasil: 2019*. Curitiba: IBQP.
- Souza, G. S. B., Guimarães, Í. J. B., Ouro-Salim, O., & Fanho, A. D.: Mulheres Empreendedoras: Impactos Do Programa If Mais Empreendedor No Nordeste Goiano. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. V.11, Nº1, p. 203-237, Jan/Abr 2026. Artigo recebido em 11/11/2026. Última versão recebida em 10/04/2026. Aprovado em 23/05/2026.

- Gerhardt, T. E.; Silveira, D. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Oliveira, C. S.; Sousa, P. R. P. De; Souza, A. P. De; Guimarães, A. Da S; Santos, L. B. Dos; Souza, K. M. P. De; Fonseca, M. P. Determinantes da transição entre modelos de gestão tradicionais e de gestão de projetos na Amazônia: estudo de caso em um instituto de pesquisa. *IOSR Journal of Business and Management*, v. 27, n. 4, ser. 1, p. 25–38, 2025.
- Pedrosa, C. J. (2017). *Diagnóstico: Entendendo a crise*. Disponível em: <https://www.consultores.com.br/Artigo.php?ID=1273>. Acesso em: 20 out. 2023.
- Prodanov, C. C.; Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale.
- Quental, C.; Wetzel, U. (2002). *Equilíbrio trabalho-vida e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras*. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração.
- Rachmad, Y. E. (2023). *Interactive Marketing Theory*. [S.l.: s.n.].
- Sampieri, R.; Collado, C.; Lucio, P. (2006). Tipos de pesquisa. In: _____. *Metodologia da pesquisa*. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill.
- Santos, L. A.; Corgozinho, P. H. M. (2023). As dificuldades do empreendedorismo feminino. *Intrépido: Iniciação Científica*, v. 2, n. 1, p. 1–14, jan./jul.
- Santos, L. P. (2022). *Uso do comércio eletrônico e comportamento do consumidor do Nordeste Goiano diante do surto de covid-19*. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, Posse.
- Santos, N. F. (2023). *Análise de satisfação dos microempreendedores individuais do Rio Grande do Norte com os produtos ofertados pelo Sebrae RN*. 56 f. Trabalho
- Souza, G. S. B., Guimarães, Í. J. B., Ouro-Salim, O., & Fanho, A. D.: Mulheres Empreendedoras: Impactos Do Programa If Mais Empreendedor No Nordeste Goiano. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. V.11, Nº1, p. 203-237, Jan/Abr 2026. Artigo recebido em 11/11/2026. Última versão recebida em 10/04/2026. Aprovado em 23/05/2026.

de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2020). *Resumo setorial da pesquisa com empresários: impactos da covid-19 nos pequenos negócios*. 6. ed. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/08/Resumo-Setorial_n6-v1_compressed-1.pdf. Acesso em: 15 out. 2023.

Silva, M. K. R.(2019). *Plano de marketing para um microempreendedor individual (MEI): caso M Express. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Jornalismo)* – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Srhoj, S.; Škrinjarić, B.; Radas, S.; Walde, J. (2022). Small matching grants for women entrepreneurs: lessons from the past recession. *Small Business Economics*, v. 59, p. 117–142. ISSN 0921-898X.

Stangherlin, A.; João, D. M.; Oliveira, N. D. De.(2020). *Os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores durante a pandemia da Covid-19*. Santa Maria: FAPERGS.

Ujiie, N. T.; Anjos, F. G. Dos. (2023). Pedagogia hospitalar na base SciELO: uma análise documental. *Colloquium Humanarum*, v. 20, n. 1, p. 71–85,. ISSN 1809-8207.

Wachekowski, G. E. *Musicalização e infância: experiências na formação docente em música na educação infantil*. [S.l.: s.n.], 2025.

Souza, G. S. B., Guimarães, Í. J. B., Ouro-Salim, O., & Fanho, A. D.: Mulheres Empreendedoras: Impactos Do Programa If Mais Empreendedor No Nordeste Goiano. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. V.11, Nº1, p. 203-237, Jan/Abr 2026. Artigo recebido em 11/11/2026. Última versão recebida em 10/04/2026. Aprovado em 23/05/2026.

Women entrepreneurs: impacts of the if mais empreendedor program in northeast goiás

ABSTRACT

Women's entrepreneurship is characterized by the resilience and creativity of women, who overcome structural challenges and contribute to innovation and economic growth. This research aimed to analyze the effects of the IF Mais Empreendedor project in Nordeste Goiano as a strategic support tool for women entrepreneurs. Methodologically, the study is exploratory and descriptive, with a qualitative approach, based on documentary research including the analysis of reports, business diagnostics, and meeting information. The project served 11 women entrepreneurs between 2021 and 2023. The main weaknesses identified were concentrated in digital marketing and financial control, aggravated by cross-cutting challenges such as work-life balance, motherhood, and lack of management knowledge. The nature of the transformations observed through the intervention is organized into four dimensions: (a) cognitive – improvement in management knowledge; (b) relational – expansion of the contact network; (c) practical-operational – improvement in digital marketing and financial control; (d) institutional – closer ties with the Federal Institute of Goiás. It is concluded that the positive impacts of the project represent a significant shift in the managerial, relational, and institutional capacities of the entrepreneurs, although structural challenges, such as balancing work and motherhood, persist.

Keywords: Women's Entrepreneurship; IF Mais Empreendedor; Entrepreneurship; Women Entrepreneurs.

Femmes entrepreneures: impacts du programme if mais empreendedor dans le nord-est de goiás

RÉSUMÉ

L'entrepreneuriat féminin se caractérise par la résilience et la créativité des femmes, qui surmontent les défis structurels et contribuent à l'innovation et à la croissance économique. Cette recherche avait pour objectif général d'analyser les effets du projet IF Mais Empreendedor dans le Nordeste Goiano en tant qu'outil de soutien stratégique pour les femmes entrepreneures. Sur le plan méthodologique, l'étude est exploratoire et descriptive, avec une approche qualitative, basée sur une recherche documentaire comprenant l'analyse de rapports, de diagnostics d'entreprises et d'informations issues de réunions. Le projet a accompagné 11 femmes entrepreneures entre 2021 et 2023. Les principales fragilités diagnostiquées concernaient le marketing digital et le contrôle financier, aggravées par des défis transversaux tels que l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, la maternité et le manque de connaissances en gestion. La nature des transformations observées à travers l'intervention s'organise selon quatre dimensions : (a) cognitive – amélioration des connaissances en gestion ; (b)

relationnelle – expansion du réseau de contacts ; (c) pratique-opérationnelle – amélioration du marketing digital et du contrôle financier ; (d) institutionnelle – rapprochement avec l'Institut Fédéral de Goiás. En conclusion, les impacts positifs du projet représentent un changement significatif dans les capacités managériales, relationnelles et institutionnelles des entrepreneures, bien que des défis structurels, tels que la conciliation entre travail et maternité, persistent.

Mots-clés : Entrepreneuriat féminin ; IF Mais Empreendedor ; Entrepreneuriat ; Femmes entrepreneuses.