



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO  
CAMPUS POSSE

**MULHERES EMPREENDEDORAS: IMPACTOS DO PROGRAMA IF MAIS  
EMPREENDEDOR NO NORDESTE GOIANO**

Gabrielle Stefany Barbosa de Sousa

POSSE - GO  
2023

Gabrielle Stefany Barbosa de Sousa

**MULHERES EMPREENDEDORAS: IMPACTOS DO PROGRAMA IF MAIS  
EMPREENDEDOR NO NORDESTE GOIANO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração, Instituto Federal Goiano Campus Posse, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientação:** Prof. Dr. Ítalo Guimarães.

POSSE - GO  
2023

## AGRADECIMENTOS

Inicialmente, devo e preciso agradecer a Deus por ter me dado vida e saúde para estar concluindo mais uma fase tão importante na minha vida, na qual sou muito grata por ter aprendido tanto. Quero agradecer a todas as pessoas incríveis que Ele colocou no meu caminho para que essa caminhada fosse possível de ser realizada.

Dedico esse trabalho aos meus pais, Izaltina e Fabrício, que me deram a vida e aos meus irmãos, Gabriel e Marcos, amo muito vocês! Em especial minha mãe que estava todos os dias ao meu lado e jamais me fez pensar em desistir, me amando, me apoiando, e mesmo às vezes eu querendo dar uma pausa nos estudos para focar em outros objetivos, ela, sendo boa mãe e professora, disse que iria valer a pena, afinal, o conhecimento é a única coisa que ninguém pode tirar de mim.

Ao Samuel, meu esposo, que realizou um papel fundamental no meu crescimento, me incentivando de uma forma linda que sei que é providência de Deus, e deixando claro que faz tudo para me ver crescer e feliz, e que abrir mão de algumas coisas para obter recompensas depois é preciso. Você é muito especial para mim, amo você, obrigado por tudo!

Dedico também às minhas amigas da faculdade, Giovana, Lívia e Queila, que muitas e muitas vezes me ajudaram durante o curso. Saiba que mesmo o meu jeito não ser de demonstrar meus sentimentos, sou muito grata por poder contar com vocês, por todos nossos momentos, (alegrias e tristezas) juntas. Com certeza sentirei falta de encontrar todos os dias com vocês.

Ao meu orientador, Ítalo Guimarães por todo o apoio, paciência e orientações, que por sinal foram muitas, para que fosse possível realizar este trabalho. Obrigada por todos ensinamentos, todos os projetos juntos, em especial o IF Mais Empreendedor, que foi a base para esse meu trabalho de conclusão. Saiba que foi gratificante aprender tanto com o senhor, não somente sendo meu orientador, mas também como pessoa!

Agradeço a banca de avaliação, prof<sup>a</sup> Flávia Gouveia, que tanto contribuiu para a minha formação e agora, contribuirá também com suas ricas considerações e a prof<sup>a</sup> Cássia Arantes, que traçou uma bela trajetória no Campus Posse e agora tenho a honra de tê-la na minha banca de defesa. Ambas são mulheres muito importantes, muito obrigada pelas valiosas contribuições!

Agradecimentos ao Campus Posse e a todos os docentes, por proporcionarem um ensino de qualidade, por toda a paciência e suporte, principalmente na pandemia, mostrando que estavam dispostos a entregarem o melhor de vocês mesmo em um tempo difícil e de uma forma que não estavam acostumados, saindo da sala do "IF" para uma sala "virtual". Vocês são ótimos profissionais!

A todos, o meu muito obrigada!

## MULHERES EMPREENDEDORAS: IMPACTOS DO PROGRAMA IF MAIS EMPREENDEDOR NO NORDESTE GOIANO

Gabrielle Stéfany Barbosa de Sousa  
Graduando em Administração - IF Goiano, campus Posse  
gabrielle.stefany@estudante.ifgoiano.edu.br

Ítalo José Bastos Guimarães  
Doutor em Ciência da Informação, UFPB  
Docente do IF Goiano  
[italo.guimaraes@ifgoiano.edu.br](mailto:italo.guimaraes@ifgoiano.edu.br)

**Resumo:** O empreendedorismo feminino destaca-se pela resiliência e criatividade das mulheres, que superam desafios e contribuem significativamente para a inovação e o crescimento econômico. O objetivo geral da pesquisa foi analisar os impactos do programa IF Mais Empreendedor no Nordeste Goiano, como ferramenta de apoio estratégico para mulheres empreendedoras, que visa apoiar na melhoria dos negócios afetados pela pandemia. O estudo se caracteriza como uma pesquisa exploratória e descritiva, de abordagem qualitativa. Quanto aos procedimentos, realizou-se uma pesquisa documental, na qual foram analisados relatórios parciais e finais, diagnósticos empresariais e informações coletadas em reuniões. O projeto atendeu 11 empreendedoras nos anos de 2021 e 2023. Através dos resultados encontrados, foi possível perceber que os principais pontos fracos das empreendedoras incluem dificuldades relacionadas ao marketing nas redes sociais e questões associadas ao controle financeiro. Os principais desafios são o equilíbrio entre carreira e vida pessoal, o conhecimento em gestão, a divulgação online e a conciliação com a maternidade. Os impactos positivos do projeto incluem benefícios para as empreendedoras atendidas, como: aprimoramento do nível de conhecimento sobre gestão, interação com outras empreendedoras e ampliação da rede de contatos, melhoria em marketing digital, controle financeiro e proximidade com o Instituto Federal Goiano. Recomenda-se para futuros estudos, pesquisas qualitativas por meio de entrevistas com as empreendedoras atendidas durante as edições de 2021 e 2023.

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

**Abstract:** Female entrepreneurship stands out for the resilience and creativity of women, who overcome challenges and contribute significantly to innovation and economic growth. The overall aim of the research was to analyze the impacts of the IF Mais Empreendedor project in Northeast Goiás as a strategic support tool for women entrepreneurs. The study is characterized as an exploratory and descriptive research with a qualitative approach. Regarding the procedures, a documentary research was conducted, in which partial and final reports, business diagnostics, and information collected in meetings were analyzed. The project served 11 entrepreneurs between the years 2021 and 2023. Through the findings, it was possible to observe that the main weaknesses of the entrepreneurs include difficulties related to social media marketing and issues associated with financial control. The main challenges are balancing career and personal life, knowledge in management, online promotion, and reconciliation with motherhood. Positive impacts of the project include benefits for the entrepreneurs served, such as improvement in knowledge about management, interaction with other entrepreneurs and expansion of the network, enhancement in digital marketing, financial control, and proximity to the Instituto Federal Goiano. For future studies, qualitative research through interviews with the entrepreneurs served during the 2021 and 2023 editions is recommended.

**Keywords:** Female Entrepreneurship; IF Mais Empreendedor; Entrepreneurship; Women entrepreneurs.

## 1 INTRODUÇÃO

É inevitável citar que a pandemia do COVID - 19<sup>1</sup> trouxe muitos desafios, onde todas as organizações foram de alguma forma afetadas. Entretanto, vale ressaltar que as pequenas empresas foram as mais vulneráveis neste cenário. Isso se deve principalmente ao fato de que elas enfrentaram interrupções na força de trabalho, em uma escala e velocidade muito repentinas, em uma rapidez que não estavam acostumadas e nem preparadas para lidar (STANGHERLIN; JOÃO, 2020).

Diante disso, para as organizações lidarem com essa situação e se adaptarem à nova fase, elas precisaram aplicar ações mais elaboradas. Esse processo envolveu o desenvolvimento de potenciais criativos, transformando em algo novo, com o objetivo de não apenas manter, mas também fortalecer sua competitividade e manter uma posição destacada no mercado (ALMEIDA *et al.*, 2021). Segundo Schumpeter (1982), esse desenvolvimento está intrinsecamente relacionado às inovações introduzidas pelos empresários.

Neste contexto, com o objetivo de desenvolver projetos de apoio e orientação para estes micro e pequenos empreendedores que foram afetados pela crise financeira gerada pela pandemia do COVID-19, lançou-se o IF Mais Empreendedor, que é uma ação do IF Sul de Minas em parceria com a Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica de Minas Gerais (SETEC/MG). A sigla "IF" refere-se ao Instituto Federal. O IF Mais Empreendedor visa apoiar os empreendedores na reorganização de suas empresas, oferecendo técnicas e ferramentas que contribuem para melhorias em seus negócios.

O IF Goiano Campus Posse, participou nos anos de 2021 e 2023 com o projeto "Empreendedorismo feminino, consultoria para Microempreendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano", na qual se justifica pelo fato de que as mulheres estão crescendo e se destacando dentre os microempreendedores.

A pesquisa Perfil do MEI, publicada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) (2022), mostra que as mulheres representam 45% do total de Microempreendedores Individuais (MEIs) no país. De acordo com o Sebrae (2023), as duas atividades mais procuradas para se iniciar um novo negócio

---

<sup>1</sup> De acordo com Brasil (2023) a Covid-19 é uma infecção respiratória aguda originada pelo coronavírus SARS-CoV-2, que possui alta capacidade de transmissão e de presença global, apresentando potencial gravidade.

são primeiramente beleza e cuidados pessoais e em segundo lugar atividades relacionadas à moda, que vêm crescendo e ganhando mais espaço. Esses dados corroboram com as empreendedoras participantes do projeto, em que mais da metade dos negócios atendidos são nos segmentos de beleza e moda.

O presente estudo baseia-se no seguinte questionamento: quais os principais impactos do projeto “Empreendedorismo feminino, consultoria para Microempreendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano”? Neste sentido, o objetivo geral da pesquisa é analisar os impactos do programa IF Mais Empreendedor no Nordeste Goiano, como ferramenta de apoio estratégico para mulheres empreendedoras.

Para isso, delimitou-se os seguintes objetivos específicos: a) descrever os dados dos relatórios parciais e finais do projeto Empreendedorismo feminino, consultoria para Microempreendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano referentes aos anos 2021 e 2023; b) caracterizar as empreendedoras atendidas no projeto nos anos de 2021 e 2023; c) descrever os pontos fracos apresentados pelas empreendedoras atendidas no projeto; d) apresentar as ações empreendidas para apoiar na melhoria dos pontos fracos das empreendedoras atendidas pelo projeto; e) descrever os principais desafios enfrentados e impactos positivos durante a execução do projeto.

A relevância científica do estudo se justifica pela transformação de cenário, onde as mulheres vêm conquistando lugares que antes eram exclusivamente dos homens, lutando para disputar os mesmos direitos que eles, mesmo com todos os desafios que precisam ser enfrentados. Dornelas (2013) afirma isso ao mencionar que as mulheres têm demonstrado um crescente engajamento no âmbito do empreendedorismo, se destacando no cenário empresarial ao estabelecerem novos empreendimentos, independentemente de seu porte, e desempenhando papéis de liderança em equipes.

A relevância social se justifica pela necessidade de apoiar o crescimento de empreendedoras na região, mostrando com esta pesquisa que o projeto em questão pode não somente beneficiar as empreendedoras diretamente envolvidas, mas também inspirar outras mulheres a buscar empreendedorismo como uma opção viável. Além disso, ao destacar a disponibilidade de uma consultoria gratuita, o projeto torna-se um recurso valioso, especialmente para aquelas que possuem limitações financeiras.

Ademais, é notório que há uma necessidade de promover pesquisas científicas, uma vez que ainda se observa uma lacuna em assuntos relacionados a essa temática, com número baixo de pesquisas científicas sobre projetos desenvolvidos no IF Mais Empreendedor. Uma pesquisa realizada no Google Acadêmico em meados de agosto de 2023 demonstrou essa carência, na qual ao buscar pelo termo "IF Mais Empreendedor" foram exibidos apenas 36 resultados. Ao adicionar o filtro "feminino" a essa busca, o resultado foi reduzido para apenas quatro artigos. Isso ressalta a importância de explorar assuntos que envolvem essas temáticas, dada a escassez de materiais atualmente disponíveis.

## **2 VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL: DESIGUALDADE DE GÊNERO RELACIONADO AO TRABALHO**

Apresenta-se, nesta seção, os diversos elementos do empreendedorismo e sua relevância na compreensão e aplicação desse conceito. Abordam-se sobre conceitos fundamentais do empreendedorismo, aprofundando posteriormente no empreendedorismo feminino, a fim de evidenciar a realidade das mulheres que resolvem empreender, os desafios e motivações que as impulsionam. Além disso, discute-se o processo de formalização que é seguido para que pessoas físicas se estabeleçam como entidades jurídicas.

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. Muitas vezes, essas possibilidades de negócios estão disfarçadas de obstáculos e desafios, onde somente pessoas com capacidade de compreender além das dificuldades, são capazes de se beneficiar delas, fazendo realmente acontecer, e é isso que os diferencia de pessoas comuns.

De acordo com o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* (2019), a definição de empreendedorismo engloba todas as iniciativas, sejam elas individuais, como empreendedor autônomo, com a criação de um novo negócio ou o desenvolvimento de uma empresa já existente. Ou seja, abrange todo e qualquer esforço para o empreendimento.



Segundo Cunha *et. al.* (2011) o empreendedorismo é um processo que depende estritamente do empreendedor e do seu desempenho, no qual são assumidos inúmeros riscos e é necessário que sejam cuidadosamente calculados, aplicando descobertas positivas para que assim possa resultar na geração de riquezas e no desenvolvimento do 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, conforme observado por 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 suas oportunidades de acesso a redes e financiamento, tornando assim o lançamento de seus negócios mais complicado, sendo necessário 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 quando se trata dos empreendimentos com mais de 3,5 anos de existência, mas passa a se igualar para os dois sexos para 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, evidenciando que apesar dos avanços no campo do empreendedorismo, ainda existem desafios substanciais para este grupo.

No estudo de Corrêa (2021) é observado 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, pois, as responsabilidades familiares são diferentes entre homens e mulheres, apontando 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.

Jonathan (2005) aborda sobre a gestão desses múltiplos papéis, notando que algumas empreendedoras se sentem vencedoras por conseguirem equilibrar suas responsabilidades e outras afirmam melhorar a cada dia na forma de lidar com demandas simultâneas. Porém, ainda há uma realidade de outras que estão buscando estratégias para conciliar as obrigações.

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 o estudo realizado por Quental e Wetzel (2002), a motivação primordial para o crescente interesse das mulheres em conquistar o 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, com o objetivo de equilibrar eficazmente as demandas na qual são responsáveis.

Dessa forma, para regularizar o empreendimento, uma das opções mais populares para as pessoas que desejam empreender de forma consciente e planejada é a formalização como Microempreendedor Individual (MEI). Esta modalidade foi instituída pela Lei Complementar 128/2008, que institui a pessoa jurídica do Microempreendedor Individual – MEI no Brasil, na qual possuía como finalidade principal a por meio da redução da carga tributária e a desburocratização fiscal. Ademais, procura também inserir o microempreendedor ao sistema previdenciário do Estado, desmistificando a ideia de que trabalhar informalmente e fugir da burocracia para legalização seria mais benéfico (ALMEIDA *et. al.*, 2023).

Almeida *et. al.* (2023) vai além nessa definição, quando aborda que o Microempreendedor Individual (MEI) é um tipo de empreendedor que possui uma pequena empresa e trabalha de maneira independente na qual pode escolher entre diversas atividades econômicas permitidas para exercer, que se enquadram como serviços, comércio ou indústria. Dentre os principais requisitos está o

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

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

O marketing, segundo Oliveira (2007) é caracterizado como um conjunto de atividades organizadas para atender às necessidades dos consumidores de forma eficaz, sejam em empresas com ou sem fins lucrativos. Com a rápida transformação de negócios durante a pandemia do Covid-19, o processo de transformação nos pequenos negócios acelerou-se. Conforme observado pelo SEBRAE (2020), quase dois terços dos pequenos negócios passaram a vender *online*, incluindo o uso de redes sociais, sites, *marketplaces* e aplicativos, sendo que 15% adotaram essa prática em resposta direta à pandemia.

Carvalho (2021) diz que no período da pandemia do coronavírus o marketing digital forneceu apoio significativo para que os empreendedores pudessem sustentar suas operações comerciais. Nesse contexto, estratégias inovadoras para promover produtos e aumentar as vendas foram inseridas rapidamente, resultando em uma adaptação necessária por parte das empresas a essa nova dinâmica. Conseqüentemente, 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 capacidade de segmentação do público-alvo desejado, além de permitir a exposição global de produtos e serviços pela internet, sem a necessidade de uma presença física para alcançar os objetivos desejados. Essa afirmativa é evidenciada no estudo de Santos (2022, p. 25) em um estudo sobre o comportamento do consumidor no Nordeste Goiano, quando ela diz que “a maioria dos entrevistados passou a comprar mais *online* durante o período pandêmico e se sentem satisfeitos e seguros com a realização de compras de forma *online*”.

O outro desafio enfrentado pelos microempreendedores individuais são as finanças, ou seja, como é feita 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 enfoca a relevância do gerenciamento financeiro para os microempreendedores individuais, destacando que a habilidade de administrar 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 misturar as finanças pessoais com as da empresa. Porém, esta pesquisa diz 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 enfrentar questões como essas, a consultoria surge como uma solução viável e crucial para aqueles que, por vários motivos, não possuem o conhecimento necessário e precisam alterar suas práticas de gestão para resolver grande parte de seus problemas (REIS *et al.*, 2014). Nesse contexto, considerando as limitações financeiras, buscar consultoria gratuita se torna uma opção viável para suprir essa lacuna de habilidades profissionais.

A região do nordeste goiano em que foi desenvolvido o projeto, de acordo com a interpretação de Naborfazan (2023) sobre o Censo de 2022 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é composta por 21 municípios, sendo que foram atendidas empreendedoras das cidades de: Mambaí, Iaciara e Posse.

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 observa muitos desafios, tanto relacionados à questão de gênero, quanto com relação à gestão dos empreendimentos.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A metodologia desempenha um papel crucial na pesquisa, pois sustenta a credibilidade e a validade de qualquer estudo ou argumento. Ao detalhar minuciosamente todo processo percorrido, a metodologia não apenas possibilita que outros pesquisadores repliquem o estudo, mas também possibilita uma avaliação precisa de sua qualidade. Com isso, ela assegura a confiabilidade dos resultados e, por conseguinte, reforça a solidez de um texto acadêmico ou de pesquisa.

Prodanov e Freitas (2013) destacam que, no âmbito prático, a metodologia dedica-se à análise, descrição e avaliação dos métodos e técnicas de pesquisa utilizados para coletar e processar informações, com o objetivo de orientar a resolução de problemas ou questões de pesquisa. A pesquisa pode ser categorizada com base em sua natureza, objetivos e procedimentos, sendo que o resultado da pesquisa científica deve, em última instância, contribuir para o avanço do conhecimento.

Quanto à sua natureza, classifica-se como pesquisa aplicada. Prodanov e Freitas (2013) conceituam este tipo como um esforço direcionado à geração de conhecimento com o propósito de abordar problemas específicos e fornecer soluções práticas. Este tipo de pesquisa está fortemente relacionado com questões e necessidades locais, concentrando-se em descobertas que têm relevância imediata e aplicabilidade em um contexto específico.

Quanto aos objetivos, a pesquisa adotará uma combinação de dois tipos de pesquisa para a realização do estudo: exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória tem como objetivo investigar um tópico ou problema de pesquisa que foi pouco explorado, muito questionado ou não discutido anteriormente. Já a pesquisa descritiva, consiste em descrever situações, acontecimentos e feitos, através da coleta de dados sobre diversos aspectos, dimensões ou componentes do fenômeno a ser estudado (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

Quanto à abordagem do presente estudo, a pesquisa se classifica como qualitativa, que para Gerhardt e Silveira (2009) busca o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. O Quadro 1 apresenta as classificações gerais da pesquisa.

**Quadro 1 - Classificações gerais da pesquisa**

<b>Perspectiva</b>	<b>Classificação</b>	<b>Descrição</b>
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 ou manipular 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 Microempendedoras Individuais afetadas pela pandemia no Nordeste Goiano nos anos de 2021 e 2023, assim como uma análise dos diagnósticos empresariais e informações fornecidas nas reuniões de acompanhamento.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Em relação aos procedimentos para a coleta de dados, foi realizada uma análise documental. Esse método, conforme definido por Gil (2008), envolve a utilização de materiais que ainda não foram minuciosamente examinados ou que podem ser reexaminados e reinterpretados de acordo com os objetivos específicos da pesquisa.

Nesse sentido, a pesquisa envolve a análise de documentos e informações que ainda não passaram por uma análise aprofundada e que podem ser úteis para o estudo. Os materiais analisados foram os relatórios parciais e finais do projeto, diagnósticos individuais e relatos coletados durante reuniões de acompanhamento com as empreendedoras.

#### **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

A análise da pesquisa qualitativa a partir dos documentos do IF Mais Empreendedor é apresentada a seguir. Serão expostas nesta seção, a descrição do projeto seguindo uma ordem cronológica de ações, a caracterização de cada uma das MEIs atendidas no projeto nos anos de 2021 e 2023, os pontos fracos identificados em cada empresa e quais ações foram empreendidas para ajudá-las a melhorá-las. Além disso, serão abordados os principais desafios enfrentados e impactos positivos durante a execução do projeto para as empreendedoras participantes.

#### **4.1 Descrição dos dados dos relatórios parciais e finais do projeto Empreendedorismo feminino**

Na edição do ano de 2021 o projeto Empreendedorismo feminino, consultoria para microempreendedoras individuais afetadas pela pandemia no nordeste goiano prestou assistência a um total de cinco empreendedoras. Elas estavam localizadas nas cidades de Posse e Iaciara. Já na edição de 2023, além dessas duas cidades, o projeto expandiu o seu alcance e foram atendidos empreendimentos na cidade de Mambaí. No total, foram 11 empreendimentos atendidos ao longo dessas duas edições do projeto. As empresas possuem clientes nas principais cidades do Nordeste Goiano.

Na 1ª edição, essas empreendedoras, possuíam com uma faixa etária de 25 a 35 anos, algumas começando o negócio e outras já experiente na área em que atua. Já na 2ª edição um público mais jovem e mais experiente também foi atendido, partindo de 20 anos até a faixa de 45 anos. Quase todas as empreendedoras são mães e apresentaram alguns problemas em comum, principalmente o saber conciliar a vida pessoal e a profissional conforme observado por Santos e Corgozinho (2023).

Os projetos iniciaram-se no mês de maio, com reuniões virtuais individuais com as empreendedoras para apresentação do projeto e início das atividades. Inicialmente, é feito um Diagnóstico Empresarial, uma ferramenta que é utilizada para destacar qualquer falta de harmonia nas estruturas da empresa ou entre a empresa e o ambiente socioeconômico em que atua, permitindo a análise de instabilidades e a avaliação de desequilíbrios, conforme Pedrosa (2017).

Em seguida, no mês de junho, um plano de ação foi elaborado, com objetivo de propor soluções para as problemáticas identificadas, na qual contém claramente cada ação e 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 na empresa, por meio de reuniões *online* e *feedbacks*.

Simultaneamente, ainda no mês de agosto e setembro foram realizadas visitas aos empreendimentos, para conhecer o espaço físico de cada uma. No ano de 2021 esta ação não pôde ser executada, devido ainda estar passando por um período complicado da pandemia.

Para cumprir com o plano de ação, três treinamentos coletivos também foram realizados, nos meses de setembro, outubro e novembro, priorizando temas que

foram identificados como as principais dificuldades no diagnóstico empresarial. Por fim, também no mês de novembro, foi executada a elaboração dos relatórios finais do projeto, assim como a realização da reunião de resultados.

A combinação dessas etapas permitiu um acompanhamento minucioso eficaz, garantindo que as ações planejadas fossem implementadas de forma adequada, oferecendo suporte necessário para as empresas enfrentarem os desafios, colaborando para promover o desenvolvimento e o sucesso das empresas.

#### 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 entender sobre a realidade de cada uma. Por meio da identificação de suas áreas de atuação, caracterização e tempo de experiência, é possível obter uma compreensão mais precisa do cenário em que cada uma delas 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 atendidas em 2021	Ramo de atuação	Descrição do ramo de atuação	Tempo de atuação 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 entre 30 e 35 anos, tem uma filha e está atuando no setor de beleza formalmente há 13 anos. Relatou como desafio ser mãe, esposa, dona de casa e ainda empreendedora ao mesmo tempo. Como dificuldade, apresentou o não saber administrar o tempo dela como profissional, sem



prejudicar o pessoal. A empresa faz prestação de serviços de atividades relacionadas à cabeleireiro, manicure e pedicure.

A empreendedora 2 também possui uma faixa etária de 30 e 35 anos. É mãe de gêmeas, com idade entre um e dois 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 sua empresa, pois iria atender em um novo espaço. Relatou que optou por empreender pois assim teria mais liberdade para administrar o seu tempo, especialmente por que as crianças eram pequenas, ela queria trabalhar e não tinha com quem deixá-las.

A empreendedora 3 possui 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 seis anos. Relatou como desafio ser insegura, em que apesar de possuir uma visão de crescimento da empresa, como aumentar a loja, mudar layout, não tinha essa autonomia, já que era um negócio do casal, então havia algumas limitações, já que era a opinião dos dois e não somente dela para o negócio.

A empreendedora 4 possui idade 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 também ser manicure. Destacou que a separação entre o capital da empresa e o capital pessoal era um desafio significativo no seu empreendimento, admitindo dificuldades em lidar com essa questão.

A empreendedora 5, ao contrário das anteriores, não é mãe e está na faixa etária de 25 a 30 anos, com dois anos empreendendo. Além disso, ela é casada e atua no setor de estética e beleza, oferecendo uma ampla gama de serviços de maquiagem. Iniciou seu empreendimento durante o período pandêmico, ainda em 2021, atendendo em um espaço dentro de sua própria residência. Como estava no estágio inicial de seu negócio, ela se envolveu em aprimorar 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 diversificado das empreendedoras quando se analisa as áreas de atuação e faixas etárias de cada uma. O Quadro 3 apresenta o ramo de atuação, caracterização das empreendedoras e tempo de atuação no mercado no ano de 2023.

**Quadro 3** - Caracterização das empreendedoras atendidas no projeto em 2023

<b>Empreendedoras</b>	<b>Ramo de atuação</b>	<b>Descrição do ramo de atuação</b>	<b>Tempo de atuação no mercado</b>
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 com 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 com 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)

A empreendedora 6 possui um perfil diferente de todos os demais atendidos neste projeto, pois trabalha com locação de máquinas de grande porte a 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 por atuar em um setor, que muitas vezes é 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 quanto tem realmente de rendimento e não saber mensurar quanto que está sendo a renda.

A empreendedora 7 possui um perfil jovem, com faixa etária entre 20 e 25 anos. É casada, não é mãe e relatou que desde sua adolescência que tem interesse

em empreender, já começando e parando por diversas vezes, até que observou que realmente estava dando certo e passou a se dedicar somente à empresa. Relatou como desafios que como a sua renda provém somente da empresa, em algumas situações de dificuldades pessoais deixou o caixa zerado, não conseguindo separar, deixando a emoção ultrapassar a razão, mesmo que sabia 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 tem conhecimento, facilitando no momento de explicar benefícios dos produtos para as 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 todo o tempo.

A empreendedora 9 possui um perfil mais experiente, se enquadra na faixa etária de 40 e 45 anos e é mãe de três filhos. Ela realiza fabricação de artigos para viagem, como bolsas e *nécessaires*. 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 a necessidade de cumprir prazos de entrega para manter sua credibilidade no mercado.

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

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 devido à falta de reconhecimento em seu 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 permitiu um melhor equilíbrio entre sua vida profissional e pessoal, ou seja, ela faz parte das mulheres que estão conseguindo melhorar a cada dia a maneira de lidar com demandas simultâneas, conforme exposto por Jonathan (2005).

### 4.3 Pontos fracos apresentados pelas empreendedoras atendidas no projeto

Cada empreendedora trilha uma jornada única, com seus próprios talentos e com determinação para alcançar o sucesso em seus negócios. No entanto, ao aprofundar a análise das empreendedoras e seus empreendimentos, torna-se evidente que existem 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 melhorados. 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, demonstrando os pontos fracos identificados nessas empresas no ano de 2021:

**Quadro 4** - Pontos fracos das empreendedoras atendidas em 2021

<b>Empreendedoras</b>	<b>Pontos fracos</b>
Empreendedora 1	- Ausência de controle financeiro; - Dificuldades em utilizar redes sociais; - Falta de acompanhamento das receitas e 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 a dificuldades associadas ao marketing, para utilizar as redes sociais, em que a maioria das empreendedoras envolvidas apresentaram esses dois pontos em comum. Esses dados corroboram com as conclusões do estudo realizado por Santos (2023), que também concorda com essas áreas como fontes de dificuldades para as empreendedoras.

Além disso, Carvalho (2021) enfatizou que com a pandemia, as empresas passaram a promover produtos através de plataformas *online*, utilizando estratégias inovadoras para alavancagem das vendas. Dessa forma, fica evidente que as empreendedoras tiveram que adotar rapidamente novas abordagens, explicando assim essa difícil adaptação enfrentada por elas.

Semelhante à edição do ano de 2021, no ano de 2023 a análise revelou a identificação de certos pontos fracos. Observe o Quadro 5, onde é exposta uma apresentação individualizada desses pontos, específicas para cada empreendedora.

**Quadro 5 - Pontos fracos das empreendedoras atendidas em 2023**

<b>Empreendedoras</b>	<b>Pontos fracos</b>
Empreendedora 6	- Dificuldades no controle financeiro
Empreendedora 7	- Dificuldades na elaboração de estratégias de marketing - 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 <sup>2</sup> , 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 com redes sociais, em utilizar ferramentas adequadas para realizar o marketing da empresa, e em seguida, as

<sup>2</sup> Segundo Archanjo e Santos (2020), o Canva é uma plataforma online que permite a criação de material de design, mídias sociais e edição de imagens, com o objetivo de ser uma ferramenta colaborativa para esses fins.

dificuldades relacionadas às finanças, como controle de caixa e manter as finanças pessoais e jurídicas separadas.

Conforme observado por Conube (2020), os empreendedores enfrentam muitos desafios na gestão financeira, sendo notável que muitas dificuldades estão justamente nesta separação de suas finanças. Um exemplo prático foi a empreendedora 7, que em momentos de adversidade, permitiu deixar o caixa zerado, mesmo ciente de 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 que os pontos fracos das empresas fossem melhorados, foram implementadas algumas ações estratégicas. Cada ponto fraco identificado foi cuidadosamente estudado, visando garantir que com o projeto fosse possível minimizá-los e contribuir de forma significativa para que esses aspectos específicos fossem aprimorados. No Quadro 6, observa-se um resumo de todas as ações que foram empreendidas e uma breve descrição de cada uma delas.

**Quadro 6** - Ações empreendidas para melhoria dos pontos fracos

<b>Ações Empreendidas</b>	<b>Descrição</b>
Diagnósticos Empresariais	Os diagnósticos foram realizados através de reuniões individuais ( <i>online</i> ), preenchendo planilha de diagnóstico com toda equipe presente na reunião.
Planos de Ações	Os planos de ações foram elaborados com base na ferramenta 5W2H, para mapear e planejar as ações.
Consultorias individuais	As consultorias foram realizadas por meio de acompanhamento semanal, através de reuniões virtuais e mensagens de texto.
Visitas técnicas	As visitas técnicas foram conduzidas presencialmente ou por meio de reunião virtual, realizando assim aproximações com as empreendedoras. Foi possível conhecer as empresas, seus produtos, locais de atendimento e infraestrutura.
Treinamentos	Foram realizados treinamentos a fim de sanar dúvidas, ensinou-se novos conceitos, com temáticas voltadas para

	educação financeira, a ferramenta Canva e Instagram.
Evento sobre Empreendedorismo Feminino	O evento foi promovido com o intuito de interação entre as empreendedoras, apoiar as ações sobre empreendedorismo feminino, fomentar o empoderamento feminino e divulgar as empresas atendidas pelo projeto para comunidade do IF Goiano - Campus Posse.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

O diagnóstico empresarial foi a primeira ação, com o objetivo de conhecer sobre o empreendimento. Ela era a norteadora para este contato inicial, na qual foram realizadas perguntas de resposta livre sobre assuntos como o marketing, finanças e estratégias utilizadas, em que na própria planilha há espaço direcionado para colocar as respostas e onde foram identificados os pontos fracos de cada uma.

A partir disso, foram traçadas estratégias de acordo com os pontos identificados. Dessa forma, após a realização do diagnóstico empresarial individualizado, foram desenvolvidos planos de ações para cada empreendedora atendida no projeto, empregando a ferramenta 5W2H. Esta metodologia, segundo Vergara (2006) é utilizada principalmente no mapeamento e padronização de processos, para estabelecer procedimentos associados e indicadores. Os planos de ações são fundamentais para definição de responsabilidade, métodos, prazos, objetivos e recursos necessários.

Com o intuito de aprimorar a supervisão das ações, foram oferecidas sessões de consultoria individual, garantindo um melhor acompanhamento do progresso das iniciativas propostas. Essa supervisão foi conduzida por meio de reuniões virtuais e comunicações por mensagens de texto via aplicativo de comunicação, assegurando à equipe, em particular ao aluno que presta assistência direta à empreendedora, disponibilidade total para esclarecer quaisquer dúvidas que possam surgir.

Este acompanhamento, no ano de 2023 foi ainda mais próximo, uma vez que o período da pandemia da Covid-19 havia passado, tornou-se possível uma maior proximidade com as empreendedoras e entre os membros da equipe. Foram realizadas visitas em todos os empreendimentos atendidos, na qual havia uma conversa a respeito dos produtos vendidos ou serviços prestados, degustação de produtos, demonstração de funcionamento de aparelhos e esclarecimento de dúvidas que surgiam, procurando entender mais ainda sobre o negócio de cada uma.

Além disso, como algumas problemáticas em comum foram identificadas, a equipe optou por realizar treinamentos em grupo, para que assim pudesse sanar dúvidas, ensinar novos conceitos e práticas para cada participante e ao mesmo tempo esclarecer dúvidas que poderiam ser comuns a elas. No ano de 2021, foram três treinamentos realizados, de forma *online*, todos com o público-alvo definido para micro e pequenas empresas com temáticas voltadas para: a educação financeira, a ferramenta Canva e Instagram. Todos foram abertos para o público externo, a fim de conseguir repassar essas informações para mais pessoas.

No ano de 2023, apesar de identificar desafios semelhantes, houve uma modificação na implementação das ações. Foi realizado um treinamento presencial abordando a temática da educação financeira, visando a capacitação dos participantes. Para abordar as dificuldades relacionadas ao uso das redes sociais, foram realizadas iniciativas específicas de aprimoramento do perfil do Instagram. Como para cada empreendedora havia um aluno exclusivamente para auxiliá-la, realizou-se uma análise criteriosa do perfil empresarial, implementando melhorias e oferecendo sugestões práticas para otimização, trabalhando em conjunto com as empreendedoras. Criou-se conteúdos visuais usando a plataforma Canva demonstrando estratégias eficazes para aprimorar o perfil e resolver as dificuldades encontradas.

Ademais, foi executado ainda o evento “Empreendedorismo Feminino: experiências que inspiram”, realizado no Instituto Federal Goiano - Campus Posse teve como objetivo principal proporcionar um ambiente adequado para que as empreendedoras pudessem interagir entre si e com público externo. Durante o evento, essas empreendedoras compartilharam suas experiências, abordando os desafios enfrentados e as motivações que contribuíram para que elas comesçassem a empreender, concentrando-se em inspirar outras pessoas com as suas trajetórias.

Além disso, o evento incluiu uma exposição dos produtos comercializados e serviços oferecidos pelos empreendedores, permitindo que o público presente conhecesse mais de perto o trabalho de cada uma delas. 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 alunos em iniciativas de apoio às empreendedoras teve um impacto significativo em suas trajetórias profissionais. Através de orientações



personalizadas e assistência prática, os alunos não apenas foram capazes de oferecer conhecimentos especializados e habilidades pertinentes, mas também impulsionaram melhorias mensuráveis nas operações comerciais das empreendedoras.

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 dedicação das empreendedoras em implementar as ideias sugeridas, permitindo assim bons resultados. Para Dornelas (2018), esse envolvimento dos indivíduos é essencial para a criação de um empreendimento próspero. Através de um acompanhamento contínuo e atento, garantiu-se a aplicação eficaz de todas as ferramentas e estratégias propostas, resultando em avanços ao longo do processo.

#### **4.5 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, os quais frequentemente atuaram como obstáculos para o alcance do sucesso em seus empreendimentos. O Quadro 7 apresenta um resumo desses desafios e uma breve descrição de cada um deles.

**Quadro 7** - Principais desafios enfrentados pelas empreendedoras

<b>Desafios enfrentados</b>	<b>Descrição</b>
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 e não tinham cursos sobre gestão, uma vez que dedicavam menor investimento em capacitação e em 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 engajada todos os dias nas redes sociais, gravar conteúdos digitais e publicar posts.
Maternidade	As empreendedoras possuíam limitações por conta da maternidade. Ocasionalmente, os filhos estavam presentes em suas lojas, durante atendimento aos clientes e outras atividades empresariais, tendo que equilibrar 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 serem agendadas, visto que passavam a maior parte do dia trabalhando em seus próprios empreendimentos e à noite, teriam que resolver demandas pessoais.

Santos e Corgozinho (2023) destacam essa questão de equilíbrio em seus estudos, enfatizando que é difícil conciliar suas vidas profissionais e pessoais é uma dificuldade enfrentada. No entanto, para lidar com esse desafio, algumas delas estão adotando estratégias para conciliar todas as suas responsabilidades com sucesso (JONATHAN, 2005).

Como uma tentativa de tentar equilibrar essas demandas, as mulheres estão se inserindo cada vez mais no mercado de trabalho como empreendedoras, conforme evidenciado por Quental e Wetzel (2002). Contudo, foi possível observar que o nível de conhecimento sobre gestão das participantes deste projeto era limitado, visto que não possuíam formação acadêmica e não tinham cursos sobre

gestão. 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, resultando em menor investimento em capacitação e em um conhecimento e experiências limitadas no ramo escolhido, explicando então o motivo da falta de conhecimentos nessa área.

Outrossim, com relação ao uso das redes sociais, durante as reuniões de consultorias, foram levantadas questões de que as empreendedoras tinham desafios com as redes sociais. Várias empreendedoras afirmaram sentir-se envergonhadas, enfrentando dificuldades para se expor e manter-se engajada todos os dias, com gravação de conteúdos digitais e 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 como 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 a mais, pois deviam estar atenta às duas ocupações, tornando 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, os quais agregaram consideravelmente na trajetória das empreendedoras. O Quadro 8 apresenta a identificação desses impactos e a descrição de cada um deles.

**Quadro 8** - Principais impactos 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, dicas para Instagram e uso das redes sociais, dicas para abordagens com clientes, precificação, promoção e educação financeira. Tudo isso foi proporcionado através das consultorias individuais, treinamentos e visitas (presenciais e <i>online</i> ).
Interação com outras	Realizou-se através do evento “Empreendedorismo feminino: experiências que inspiram”. Durante este evento, elas puderam compartilhar experiências, fazer <i>network</i> e

empreendedoras	possíveis parcerias umas com as outras. Essa aproximação não seria possível sem a execução e participação neste projeto.
Aprimoramento do marketing digital	Executou-se consultorias individualizadas específicas sobre instagram, gravação de vídeos e produção de conteúdo para as redes sociais. Elas tiveram uma compreensão aprofundada do papel do marketing digital no posicionamento da marca e da empresa na internet.
Aprimoramento do controle financeiro	Aprimorou-se aspectos financeiros através da sugestão de planilhas, sistemas para uso no celular e livro caixa, sendo que todos eram de forma gratuita e personalizados para atender necessidades específicas.
Aproximação com Instituto Federal Goiano (estreitamento dos laços)	Proporcionou às empreendedoras a aproximação com Instituto Federal Goiano, despertando o interesse em obter mais conhecimento sobre as áreas em que atuam, por estar em um ambiente acadêmico e de aprendizagem. Além disso, despertou possibilidades de parcerias futuras com a instituição e para a contratação de estagiários ou 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 maneira mais profissional os desafios encontrados em áreas específicas, aprimorando aquilo que já sabiam. A participação no projeto proporcionou que elas recebessem consultorias direcionadas, que é muito importante, conforme mencionado por Reis *et al.* (2014) quando dialoga que ela tem um papel crucial na resolução de dificuldades, demonstrando a importância desse tipo de suporte.

Ademais, pode-se destacar como um importante impacto a interação com outras empreendedoras de ramos diferentes. Durante o evento “Empreendedorismo feminino: experiências que inspiram” elas puderam compartilhar histórias de vida, fazer *network*, possíveis parcerias umas com as outras, ou seja, uma aproximação que não seria possível sem a execução e 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 sendo o centro das atenções com um público tão numeroso.

A desenvoltura de engajamento nas plataformas de mídias sociais 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 criar postagens periodicamente.

Além disso, elas tiveram uma compreensão aprofundada do papel do marketing digital no posicionamento da marca e da empresa na internet. Foram implementadas mudanças, passando então a estabelecer uma comunicação direta com seu público-alvo, fortalecendo os laços com os clientes por meio das redes sociais. Cruvinel (2020) destacou em sua pesquisa sobre essa mudança de estratégias de promoção e vendas, que migraram de exclusivamente do contato nas lojas físicas para o ambiente virtual, através das plataformas de redes sociais e outros meios, corroborando com as ações das empresas durante o projeto.

As empreendedoras atendidas tiveram a oportunidade de aprimorar aspectos fundamentais das finanças empresariais, abordando desde a gestão financeira básica até fatores mais avançados, utilizando planilhas elaboradas exclusivamente para atender necessidades específicas, sistemas sugeridos para uso no celular, livro caixa para aquelas que não eram adeptas a tecnologia. Todos os recursos eram disponibilizados gratuitamente, pois conforme Corrêa (2021), um dos obstáculos que elas enfrentam está associado a questões financeiras, então a sugestão de ferramentas que não vão lhe gerar 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 para o evento, despertando o interesse em obter mais conhecimento sobre as áreas em que atuam ao conhecer os cursos oferecidos pela instituição.

Ademais, foi possível perceber 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 tecnologia. Além disso, essa visita das empreendedoras ao campus despertou possibilidades de parcerias futuras com a instituição, como a realização de palestras, eventos, 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 impactos do projeto IF Mais Empreendedor no Nordeste Goiano como ferramenta de apoio estratégico para mulheres empreendedoras. Foi possível descrever os dados dos relatórios obtidos pelo projeto, permitindo alcançar os cinco objetivos específicos delineados.

Inicialmente, buscou-se caracterizar o perfil das empreendedoras, revelando que se situavam na faixa etária de 20 a 45 anos. Detectou-se que os principais pontos fracos foram: as dificuldades associadas ao marketing, com relação a manter-se uma constância com postagens nas redes sociais, utilizando estratégias de marketing eficazes com *posts* atrativos e questões relacionadas às finanças, principalmente com relação ao controle do dinheiro, controle de caixa e dificuldade de separar as finanças pessoais da empresa. No que tange às ações realizadas pelo projeto, pôde-se destacar os diagnósticos empresariais, planos de ações, consultorias individuais, visitas técnicas, treinamentos e o evento sobre empreendedorismo feminino.

Os principais desafios enfrentados pelas empreendedoras envolvem o equilíbrio entre carreira e vida pessoal, o nível de conhecimento em gestão, a divulgação na internet e a conciliação com a maternidade. Por fim, os impactos positivos mais relevantes do projeto englobam o aumento do nível de conhecimento, a interação com outras empreendedoras, melhorias nas ações de posicionamento no marketing digital, aprimoramento do controle financeiro e a aproximação com o Instituto Federal Goiano.

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 à empreendedoras devem ser mais estimulados em diferentes localidades do Brasil.

O Programa IF Mais Empreendedor, ao atender mais de 2500 empreendimentos em todo o território brasileiro, destaca-se como uma política pública relevante de impacto social. Este projeto, ao promover melhorias nos empreendimentos, desencadeia a geração de empregos e renda, contribuindo

efetivamente para a redução das desigualdades sociais e impulsionando a dinâmica econômica nacional.

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

Para estudos futuros, sugere-se a realização de uma pesquisa qualitativa por meio de entrevistas com as MEIs atendidas durante as edições de 2021 e 2023 do referido projeto. Além disso, seria viável explorar os impactos do programa para os alunos participantes, a fim de avaliar a sua relevância e os benefícios para este grupo específico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, A. E.; FROELICH, M. S.; VIGORENA, D. L.. **As ações emergenciais e inovadoras adotadas pelas pequenas e médias empresas de Toledo-PR frente à covid-19**. 2021. Disponível em: [https://abpsec.com.br/abpsec/wp-content/uploads/2022/02/21.REX\\_As-Acoes-Emergenciais-e-Inovadoras-Adotadas-pelas-Pequeenas-e-Medias-Empresas-de-Toledo-PR-frente-a-Covid-19.pdf](https://abpsec.com.br/abpsec/wp-content/uploads/2022/02/21.REX_As-Acoes-Emergenciais-e-Inovadoras-Adotadas-pelas-Pequeenas-e-Medias-Empresas-de-Toledo-PR-frente-a-Covid-19.pdf) Acesso em: 15 set. 2023.

ALMEIDA, Francisco et al. **O microempreendedor individual (MEI) no Brasil: uma perspectiva geral**. Peer Review, v. 5, n. 4, p. 34-47, 2023.

ARCHANJO, Rafaela Luiz da Silva; SANTOS, Rafael Teixeira dos. CANVA. Simpósio, [S.l.], n. 8, mar. 2020. ISSN 2317-5974. Disponível em: <http://revista.ugb.edu.br/ojs302/index.php/simposio/article/view/2115>. Acesso em: 15 nov. 2023.

BELMONT, Filipe. **Marketing digital e e-commerce**. [S.l.] 2020. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=SZ\\_eDwAAQBAJ&pg=PT2&dq=marketing+digital&hl=ptBR&sa=X&ved=0ahUKEwiO\\_OqvdnpAhV5lbkGHbC5CrYQ6AEITDAE#v=onepage&q=marketing%20digital&f=true](https://books.google.com.br/books?id=SZ_eDwAAQBAJ&pg=PT2&dq=marketing+digital&hl=ptBR&sa=X&ved=0ahUKEwiO_OqvdnpAhV5lbkGHbC5CrYQ6AEITDAE#v=onepage&q=marketing%20digital&f=true). Acesso em: 28 out. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Coronavírus**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/coronavirus>. Acesso em: 15 de out. 2023.

CARVALHO, Luiz Otavio Costa. **Marketing digital em micro e pequenas empresas na pandemia: estudo de caso no município de Sapeaçu-BA**. 2021. 47f. Monografia (Graduação em administração) - Centro universitário Maria Milza, Governador Mangabeira - BA, 2021.

CONUBE. **Veja 5 dicas para manter um bom controle financeiro para MEI**. Disponível em: <https://www.maismei.com.br/blog/veja-5-dicas-para-manter-um-bom-controle-financeiropara-mei>. Acesso em: 20 out. 2023.

CORRÊA, Vanessa Vanzelotti. **Mulheres microempreendedoras individuais: motivações, desafios e questões de gênero**. 2021. 65 f. Trabalho de conclusão do curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Departamento de Ciências Administrativas, Porto Alegre, 2021.

CUNHA, Caroline Valquiria Moura da ; SILVA, Mayara Vieira da; YAMAGUCHI, Nathalia Midori. **Empreendedorismo: histórias que motivam, despertam e encantam**. Anuário da produção acadêmica docente, v. 5, n. 12, p. 165-182, 2011.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7. ed. - São Paulo: Empreende, 2018. 288 p.

DORNELAS, J. **Empresas iniciantes com mulheres na diretoria têm mais chance de sobreviver**. 2013. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/jose-dornelas/2013/10/28/empresas-iniciantes-com-mulheres-na-diretoria-tem-mais-chance-de-sobreviver.htm> Acesso em: 25 ago. 2023.



GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: 2019. Curitiba: IBQP, 2020.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres empreendedoras: Medos, conquistas e qualidade de vida**. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005.

NABORFAZAN, Roberto. **CENSO 2022 – Número de habitantes diminuiu na maioria dos municípios do nordeste goiano**. Jornal O VETOR, 11 de julho de 2023.

OLIVEIRA, Sérgio Luis Ignácio de. **Desmistificando o marketing**. São Paulo: Novatec Editora, 2007.

PEDROSA, Carlos José. **Diagnóstico: Entendendo a crise**. 2017. Disponível em: <https://www.consultores.com.br/Artigo.php?ID=1273>. Acesso em: 20 out. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico - 2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

QUENTAL, Camilla; WETZEL, Ursula. **Equilíbrio trabalho-vida e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras**. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2002.

REIS, Rafael Henrique Soares; MOARES, Leila Borges; LOPES, Cassiomar Rodrigues. **Micro e pequena empresa: a importância da consultoria**. Revista Gestão, Inovação e Negócios, p. 05-08, 2014.

SAMPIERI, R.; COLLADO, C.; LUCIO, P. **Tipos de Pesquisa**. In: \_\_\_\_\_. Metodologia da Pesquisa. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTOS, Larissa Pereira dos. **Uso do comércio eletrônico e comportamento do consumidor do nordeste goiano frente ao surto de covid-19**. 2022. 30 f. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Administração) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano, Posse, 2022.

SANTOS, Lorena Amaral; CORGOZINHO, Pedro Henrique Marinho. **As dificuldades do empreendedorismo feminino**. In: Início: Iniciação Científica, v. 2, n. 1, p. 1-14, jan./jul. 2023.

SANTOS, Nathalye Ferreira. **Análise de satisfação dos microempreendedores individuais do Rio Grande do Norte com os produtos ofertados pelo Sebrae RN**. 2023. 56f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN, 2023.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE - **Resumo setorial da pesquisa com empresários: Impactos da covid-19 nos pequenos negócios**. 2020. 6ª EDIÇÃO. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/08/Resumo-Setorial\\_n6-v1\\_compressed-1.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/08/Resumo-Setorial_n6-v1_compressed-1.pdf). Acesso em: 15 out. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **5ª Edição da Pesquisa Perfil do MEI**. 2022. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/relatorio\\_perfil\\_mei\\_2022\\_v15.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/08/relatorio_perfil_mei_2022_v15.pdf). Acesso em: 20 set. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Discussão: Pesquisa “Sobrevivência de Empresas”**. 2021. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/06/Apresenta%C3%A7%C3%A3o-Sobreviv%C3%Aancia\\_2020\\_Web\\_Final.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/06/Apresenta%C3%A7%C3%A3o-Sobreviv%C3%Aancia_2020_Web_Final.pdf). Acesso em: 03 nov. 2023.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Top 5 MEI: 5 atividades mais procuradas para começar a empreender**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/top-5-mei-5-atividades-mais-procuradas-para-comecar-a-empreender,2a295505f8cb6810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=O%20mercado%20varejista%20na%20%C3%A1rea,neg%C3%B3cio%20como%20MEI%20em%202022.> Acesso em: 10 set. 2023.

SILVA, Maria Karolina Rodrigues da. **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, 2019.

STANGHERLIN, A.; JOÃO, D. M.; OLIVEIRA, N. D. de. **Os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores durante a pandemia da Covid-19**. Santa Maria, FAPERGS, 2020.

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão da Qualidade**. Editora FGV. 3ª Edição. Rio de Janeiro. 2006.

## APÊNDICES

### Apêndice A - Planilha de Diagnóstico

**Figura 1** - Print de tela da planilha de diagnóstico empresarial



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Link para acesso:**

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WH\\_4OWrXj4\\_POkQ8fMbfBrEmgt0xfJtE/edit#gid=196800837](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WH_4OWrXj4_POkQ8fMbfBrEmgt0xfJtE/edit#gid=196800837)

### Apêndice B - Planos de ações

**Figura 2** - Print de tela da planilha de Planos de Ações

PLANOS DE AÇÕES - 5W2H - IF Mais Empreendedor 2021						
Empreendedora 1						
(What?)O que?	(Who?) Quem?	(Where?)Onde?	(When?)Quando?	(Why?) Por que?	(How?) Como?	(How much?) Quanto Custa?
Empreendedora 2						
(What?)O que?	(Who?) Quem?	(Where?)Onde?	(When?)Quando?	(Why?) Por que?	(How?) Como?	(How much?) Quanto Custa?

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

**Link para planilha**

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DF92vR9HXGvLY\\_QFRShKu7x6u6LEMufl/edit#gid=1698787182](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DF92vR9HXGvLY_QFRShKu7x6u6LEMufl/edit#gid=1698787182)

## ANEXOS

## Anexo A - Artes das Capas dos treinamentos

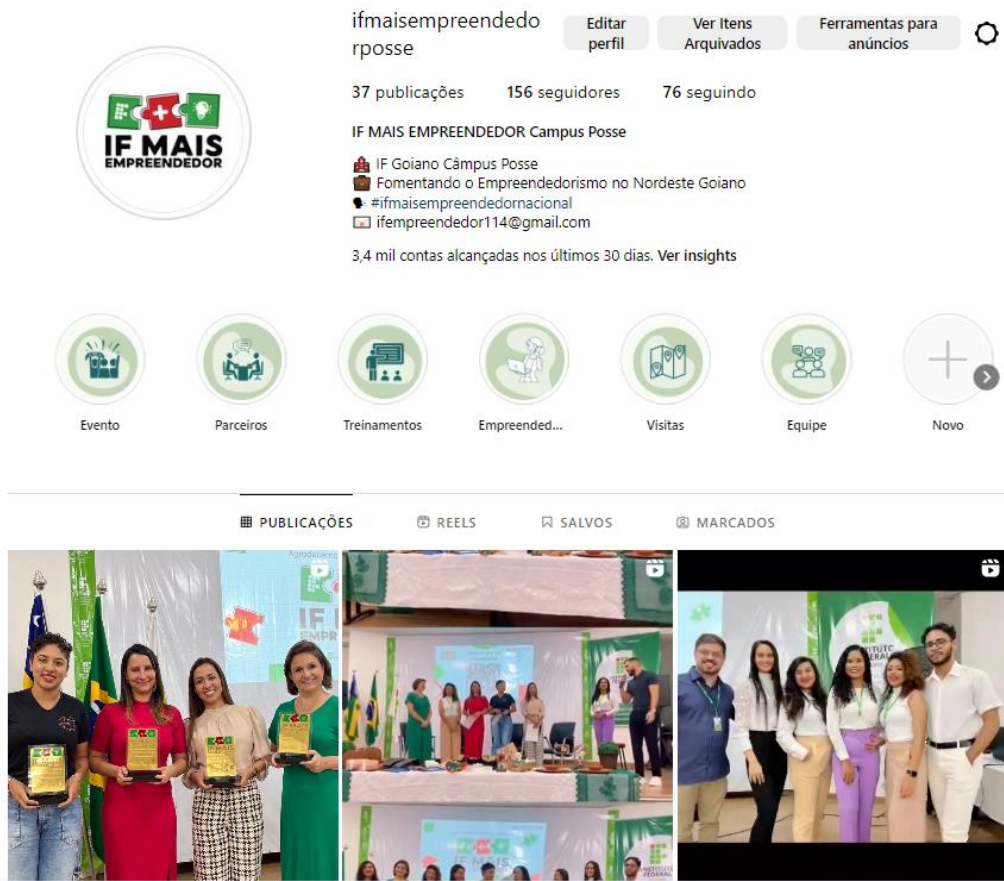
Figura 3 – Divulgação dos treinamentos executados para empreendedoras atendidas no projeto



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

## Anexo B - Instagram do projeto: @ifmaisempreendedorposse

Figura 4 – Print de tela do Instagram oficial do projeto no Nordeste Goiano



Fonte: Elaborado pelos autores (2023)