



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS OEIRAS PIAUÍ
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

LETÍCIA REIS COELHO DE SOUSA

ESTRATÉGIAS PARA EMPREENDER NAS REDES SOCIAIS: ANÁLISE DO
LIVRO “NUNCA DESISTA DO QUE TE FAZ FELIZ”

OEIRAS – PI

2024

LETÍCIA REIS COELHO DE SOUSA

ESTRATÉGIAS PARA EMPREENDER NAS REDES SOCIAIS: ANÁLISE DO LIVRO
“NUNCA DESISTA DO QUE TE FAZ FELIZ”

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Especialização em Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus de Oeiras Piauí.

Orientador(a): Prof^a. Ma^a. Janaine Marques Leal.

ESTRATÉGIAS PARA EMPREENDER NAS REDES SOCIAIS: ANÁLISE DO LIVRO “NUNCA DESISTA DO QUE TE FAZ FELIZ”

Letícia Reis Coelho de Sousa¹
Janaine Marques Leal²

RESUMO

O papel do empreendedorismo envolve um estudo de oportunidades, contribuindo no desenvolvimento da sociedade, e a partir das redes sociais tende a alavancar a cada dia, ampliando a interatividade dos negócios, principalmente no âmbito feminino. O presente estudo, é uma pesquisa bibliográfica, qualitativa, documental, com vistas a descrever a trajetória de sucesso de uma mãe empreendedora digital. Nesse sentido, esta pesquisa tem como objetivo apresentar os desafios, estratégias e sucesso da empreendedora Neide Carvalho na análise do livro “Nunca desista do que te faz feliz”, abordando os obstáculos, superações e sucesso, que a partir dessas vivências de empreender ao meio digital, possa transformar vida de outras mulheres. O estudo referenciou-se em Silva (2022), Correia et al; (2020), Araújo (2021), Molleta (2020) entre outros. Visando a importância feminina no âmbito empresarial, apresentou os desafios e oportunidades da empreendedora Neide Carvalho, dessa forma, histórias e relatos de mulheres empreendedoras bem-sucedidas, tem o propósito de influenciar outras mulheres, mostrando um elo de oportunidades nas mídias e fazendo a diferença no âmbito empresarial, tornando horários flexíveis para as mulheres, em que a busca desse equilíbrio torna um dos fatores mais relevantes para as empreendedoras.

Palavras-chave: empreendedora; digital; rede sociais.

ABSTRACT

The role of entrepreneurship involves a study of opportunities, contributing to the development of society, and from social networks it tends to leverage every day, expanding the interactivity of business, especially in the female sphere. The present study is a bibliographical, qualitative, documentary research, with a view to describing the successful trajectory of a digital entrepreneurial mother. In this sense, this research aims to present the challenges, strategies and success of entrepreneur Neide Carvalho in the analysis of the book “Never give up on what makes you happy”, addressing the obstacles, overcoming and success, which, based on these experiences of undertaking in the environment digital, can transform the lives of other women. The study was referenced in Silva (2022), Correia et al; (2020), Araújo (2021), Molleta (2020) among others. Aiming at the importance of women in business, it

¹ Especialização em Empreendedorismo e Inovação. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI. leticiareiscoelho@gmail.com.

² Mestra pelo Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior (2016) da Universidade Federal do Ceará. <http://lattes.cnpq.br/3971299456836282> janaine.leal@ifpi.edu.br.

presented the challenges and opportunities of entrepreneur Neide Carvalho, in this way, stories and reports of successful women entrepreneurs, have the purpose of influencing other women, showing a link of opportunities in the media and making a difference in the business sphere, making flexible hours for women, where the search for this balance becomes one of the most relevant factors for entrepreneurs.

Keywords: entrepreneur; digital; social networks.

Data de aprovação: 25/07/2024

1 INTRODUÇÃO

O uso das redes sociais por mulheres empreendedoras é um dos temas que tem muitas discussões e visibilidade, entre os estudos sobre o crescimento de mulheres usando as redes sociais, sobretudo nos dias atuais. Como também, ser uma empreendedora digital, tornar-se flexível, para conciliar os afazeres familiares com o trabalho, representando um papel ativo na sociedade.

Diante do fato acima exposto, este estudo coloca-se como tema de pesquisa o uso das redes sociais por mulheres empreendedoras: Desafios e superações, em específico - Empreendedorismo feminino nas redes sociais com análise do livro “Nunca desista do que te faz feliz”: procurando responder à seguinte indagação: Quais fatores tem influenciado as mulheres empreendedoras no uso das redes sociais?

O desenvolvimento desta pesquisa, cujo foco são fatores que influenciam mulheres empreendedoras no uso das redes sociais, através da trajetória de sucesso da Empreendedora Neide Carvalho a partir do livro “Nunca desista do que te faz feliz” com objetivos a seguir: O objetivo geral é apresentar os desafios na trajetória de sucesso da Empreendedora Neide Carvalho a partir do livro “Nunca desista do que te faz feliz”, já os específicos é descrever as estratégias, e também identificar os resultados alcançados pela Empreendedora Neide Carvalho.

Mas, por que propor essa pesquisa com esse tema? Uma das inquietações são as oportunidades de empreender ao meio digital, para assim, essas mulheres serem vistas e igualitárias aos homens. Outro fato, que é relevante para esta pesquisa, é o propósito de influenciar outras mulheres com histórias reais inspiradores, ao mostrar as oportunidades de empreender ao meio digital, a Empreendedora Neide Carvalho, descreve a trajetória de desafios e sucesso da sua vida no seu livro “Nunca desista

do que te faz feliz”.

Desse modo, as indagações sobre esta temática se justificam pelo fato de que são importantes para a academia, para o mundo dos negócios e especialmente para aqueles que atuam diretamente com o empreendedorismo feminino e ainda falta muito apresentar sobre este assunto, servindo como base teórica para futuros estudos, contribuindo para que esse assunto seja abordado em programas de desenvolvimento para mulheres e a partir da demonstração da realidade de uma empreendedora, principalmente em pesquisas bibliográficas com histórias reais; há, portanto, muito que se pesquisar sobre mulheres empreendedoras no meio digital servindo como inspiração.

Dessa forma o estudo será estruturado, com a revisão de literatura sobre empreendedorismo feminino nas redes sociais, na visão de alguns autores como (Silva, 2022, Correia et al; 2020, Araújo, 2021, Molleta 2020), entre outros. Seguindo com os procedimentos metodológicos e posteriormente a análise do objeto de estudo descrevendo a importância das redes sociais e obstáculos vivenciados até o sucesso da empreendedora Neide Carvalho, resultados e discussões, as considerações finais e por último as referências.

2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Visando o desenvolvimento deste estudo e o alcance dos objetivos propostos, buscou-se expor os principais conceitos da presente pesquisa, tendo como temáticas “empreendedorismo e empreendedorismo digital” e “empreendedorismo feminino”.

Desde muito tempo, na idade média que empreender é algo notório no dia a dia, mas essa função não se falava muito, passou a ser vista, após a expansão do mercado econômico, tendo ênfase ao longo dos séculos XVI e XVII com o conhecimento experimental baseando nas habilidades (Silva, 2022). Empreender é fazer algo ou vender um produto assumindo riscos, com responsabilidades buscando o diferencial, em que se torna um mecanismo importante para o desenvolvimento atual da sociedade (Araújo, 2021).

Como confirma a seguir:

“O empreendedorismo é uma atividade de processo que envolve uma oportunidade; uma ou mais pessoas com atitude; risco, inovação que produz resultados como valor, novos produtos, serviços ou processos; lucros,

benefício pessoal e crescimento. Assim, para ter empreendedorismo, o indivíduo deve primeiro ter oportunidades de empreendedorismo ” (Torquato et al; 2023 p 03).

Observa-se que empreender envolve acreditar em oportunidades, enxergar na dificuldade a solução em busca de conhecimento e muitas vezes assumindo riscos.

Considerando que a profissão de empreender contribui no desenvolvimento da sociedade, o empreendedorismo tende a evoluir a cada dia e as redes sociais foram um marco para essas evoluções, ampliando e interatividade nos negócios, podendo acompanhar o público e destacar no mercado atual (Mariano, et al., 2017). Mesmo com o avanço e o aumento de mulheres no âmbito empresarial, ainda existem muitas mulheres que enfrentam barreiras, como acesso ao crédito, uma desigualdade de gênero para financiar um capital, falta de apoio até mesmo familiar e receio do insucesso (Araújo, 2021).

O empreendedorismo digital é favorável quando se fala em criar algo novo para a competição nos dias atuais. Como apresenta a seguir:

A ação empreendedora está em como essas oportunidades são criadas ou descobertas e que tipo de influência os aspectos Estilo Criativo, Expertise e Interação Social exercem sobre o empreendedor digital na criação de negócios em plataformas digitais. Essa dinâmica envolve geração de riquezas obtidas por meio de pessoas que assumem riscos em termos de patrimônio, tempo ou comprometimento (Morais, 2020 p.30).

A tendência das empreendedoras em desenvolverem negócios no digital, identificando possíveis desafios futuros (Fernandes, 2023). Portanto, o empreendedorismo feminino traz novas ideias, abordagens e soluções para as barreiras nos negócios, enriquecendo o ambiente empreendedor com diferentes pontos de vista (Mariano et al; 2017).

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo feminino tem crescido nos últimos tempos, em virtude de várias modificações tecnológicas, familiar e no mercado de trabalho (Araújo, 2021). Assim muitas mulheres, estão ingressando no meio digital como forma de conciliar família/trabalho, como também as dificuldades e paradigmas em que muitas enfrentam ao ser líderes (Molleta, 2020).

Segundo Vieira et al; (2022), o empreendedorismo feminino pode levar a um

maior poder econômico e influenciar no crescimento do país. Nesse sentido, Antunes et al; (2022), destaca que a importância do empreendedorismo feminino não só para a própria sociedade, como também para desenvolvimento das mulheres, em que uma torna modelo para as outras.

No que tange aos desafios que se apresentam às mulheres empreendedoras, as mulheres enfrentam uma série de desafios adicionais em comparação com os homens. Esses desafios são frequentemente enraizados em construções históricas e sociais relacionadas ao gênero, Vieira et al; (2022).

Ainda com relação aos desafios, as mulheres frequentemente enfrentam dificuldades em obter financiamento para iniciar ou expandir seus negócios devido a preconceitos de gênero por parte de instituições financeiras ou a falta de garantias exigidas, em não serem reconhecidas por suas realizações, em conciliar as responsabilidades profissionais e pessoais, o medo do fracasso (Araújo, 2021).

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE (2021), mulheres tiveram oportunidades em empreender nas redes sociais e pesquisas mostram que o empreendedorismo feminino no Brasil tem crescido muito, mesmo diante das tantas dificuldades e isso se confirma por meio do crescimento no número de empresas comandadas por mulheres, que foi de aproximadamente 40% em 2020 (SEBRAE, 2021).

Com o passar do tempo teve várias evoluções no âmbito do empreendedorismo e principalmente por representantes mulheres (Moletta, 2020). O empreendedorismo feminino tem crescido nos últimos tempos, em virtude de várias modificações tecnológicas, familiar e no mercado de trabalho e muitas mulheres, estão ingressando no meio digital como forma de conciliar família/trabalho, como também as dificuldades e paradigmas em que muitas enfrentam ao ser como líderes (Moletta, 2020).

De acordo com Moletta (2020), o crescimento de mulheres empreendedoras, também possibilitará um crescimento econômico para País. No Brasil, as mulheres representam 34% de todos os proprietários de negócios (SEBRAE, 2021). Esse número cresce a cada dia, visto que, com a pandemia veio um avanço e ao mesmo tempo, por conta da necessidade de trabalhar em casa. Assim, muitas mulheres tiveram oportunidades em empreender nas redes sociais (Araújo, 2021).

A gestão do tempo e o equilíbrio entre vida profissional e pessoal são desafios constantes, e as redes sociais podem agravar essa questão se não forem utilizadas com eficiência (Molleta, 2020). O uso das redes sociais por mulheres empreendedoras

é uma jornada repleta de desafios e superações, como enfrentar estereótipos, construir marcas pessoais sólidas e formar redes de apoio, essas mulheres não apenas fortalecem seus negócios, mas também contribuem para a construção de um ambiente empresarial mais inclusivo e diversificado (Araújo, 2021).

A internet conecta empresas e clientes em uma rede global perfeita. Isso significa que as empresas podem atingir um público muito mais amplo e diversificado do que seria possível através dos métodos tradicionais (SEBRAE, 2021).

Os desafios enfrentados pelas mulheres para se destacarem no mercado de trabalho são diversos, mas, o empreendedorismo feminino trouxe novas oportunidades (SEBRAE, 2021). Em que muitas mulheres encontraram o meio digital, uma forma de alavancar as vendas e ser independentes (Mariano et. al. 2017),

O uso das redes sociais por mulheres empreendedoras é um dos temas que tem muitas discursões e visibilidade, entre os estudos sobre o crescimento de mulheres usando as redes sociais, sobretudo nos dias atuais (Molleta, 2020). Como também, ser uma empreendedora digital, tornar-se flexível, para conciliar os afazeres familiares com o trabalho, representando um papel ativo na sociedade (Araújo, 2021). Além disso, outro fator que impulsiona o uso das mídias pelo público feminino é fato de que 73% delas afirmam que menos da metade dos clientes frequentará o estabelecimento físico mais de uma vez (SEBRAE, 2021).

Em consonância com Vieira et.al (2022), Fernandes (2023), destaca que muitas mulheres empreendem por necessidade imediata de gerar renda para suas famílias, especialmente em momentos de crise econômica, como durante a pandemia. Esses empreendimentos podem ser vistos como uma solução temporária até que a situação financeira melhore ou até que possam encontrar oportunidades de emprego mais estáveis e bem remuneradas (Fernandes, 2023).

Como citado em SEBRAE (2021), com avanço em empreender ao meio digital, em que abrange um público maior. Antunes et.al (2022), destaca sobre a influência e o apoio entre as mulheres empreendedoras que desempenham um papel crucial no avanço do empreendedorismo feminino.

O uso das redes sociais por mulheres empreendedoras é um dos temas que tem muitas discursões e visibilidade, entre os estudos sobre o crescimento de mulheres usando as redes sociais, sobretudo nos dias atuais (Molleta, 2020). Como também, ser uma empreendedora digital, tornar-se flexível, para conciliar os afazeres familiares com o trabalho, representando um papel ativo na sociedade (Araújo, 2021).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesse estudo apresenta uma pesquisa bibliográfica e documental, de caráter qualitativo, a pesquisa documental foi feita por meio da história apresentada no livro “Nunca desista do que te faz feliz” da Empreendedora Neide Carvalho, que apresenta os desafios que influenciaram na carreira empresarial de sucesso da empreendedora Neide carvalho, com o uso das redes sociais (Carvalho, 2023).

Utilizou-se um estudo bibliográfico, artigos, teses, pesquisados no Google Acadêmico, para triagem, encontrou-se 116 artigos, escolhendo os artigos de revisões, no idioma português, com o recorte temporal entre os anos de 2017 a 2023 em ambas as duas plataformas, com escolhas nas palavras-chaves “mulher empreendedora digital”, encontrou-se 121 trabalhos na Biblioteca Brasileira de Teses (BDTD), escolhidos a partir da leitura dos resumos ao qual foram escolhidos 12 pesquisas, entre artigos, teses e dissertações, observando alguns pontos, como a temática no empreendedorismo feminino e empreendedorismo digital, que destacava as estratégias, desafios e sucesso ao meio digital, no período de maio a 24 de junho de 2024.

Para análise das pesquisas, foram feitas leituras resumos e na parte da análise dos dados escolhendo de forma aderente ao tema da pesquisa que enfatizaram sobre dificuldades, desafios de empreender no digital, no que tange as dificuldades das mulheres em tornar empresárias de sucesso, como também no que diz respeito sobre meio de sobrevivência. Guerra (2023), descreve que a pesquisa bibliográfica são documentos baseados em outros materiais já existentes, como por exemplos, livros, artigos. Já as pesquisas documentais são baseadas em materiais que não receberam estudos mais detalhados, organizando informações encontradas como por exemplo em autobiografias (Freitas, 2013).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção será apresentada, análise e resultados da pesquisa bibliográfica e documental, cujo o objeto de estudo foi o livro “Nunca desista do que te faz feliz” (Carvalho, 2023), trazendo dados relevantes de vivência de uma mulher empreendedora, corroborando para identificar desafios, oportunidades e resultados de sucesso, no caminho de empreender, assim foram distribuídos em tópicos, como: Desafios como empreendedora/empresária e consultora de beleza, no outro tópico a

busca por recomeço/estratégias e busca pelo conhecimento e por fim, o sucesso como consultora, empreendedora e empresária digital.

Sendo assim, as etapas da vida da Empreendedora Neide Carvalho, fará a diferença na vida de muitas pessoas, o livro encontra-se dividido em 10 capítulos e 137 páginas, com informações, desde a infância, obstáculos, primeiro emprego, dificuldades em conciliar a vida de empresária, mãe e dona de casa, estratégias de vendas até chegar como a empreendedora de sucesso através das redes sociais, a partir de uma análise sobre os objetivos propostos, foram escolhidos cinco capítulos, ao qual nos capítulos 05,06,07 e 08 abordam sobre a primeira empresa, segunda empresa, fechamento das empresas, recomeço e estratégias, e já no capítulo 09 e 10 foram apresentados a busca por conhecimento e sucesso empresarial digital (Carvalho, 2023).

A seguir o quadro 1 com as pesquisas utilizadas para o desenvolvimento do trabalho.

Quadro 01 - Empreendedorismo digital analisados entre 2018 e 2023

	AUTOR	TÍTULO	ANO	SITE
01	Raísa Teixeira Santana.	Empreendedorismo informal digital e social commerce : um modelo de negócios no Instagram.	2018	http://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/10158
02	Silvia Regina Veronezi Correia	Empreendedorismo digital e gestão de projetos: uma revisão sistemática da literatura	2020	https://submissao.singep.org.br/8singep/arquivos/263.pdf
03	Larissa Silva Araújo	Empreendedorismo feminino: um estudo com	2021	http://repositorio.fametro.com.br/jspui/handle/12345

		mulheres empreendedoras no setor vestuário cearense		6789/1117
04	Pablo Marron Medeiros Silva	A resiliência no empreendedoris mo feminino	2019	https://pdfs.semanticscholar.org/4cf5/8969f8b79593afb3c89a346d09a10ef744c2.pdf
05	Alice de Salvo Sosnowski	Competências Empreendedoras Femininas: estudos sobre mulheres no exercício do empreendedoris mo	2023	https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/registro/mpe/article/view/176/250
06	Saionara Branco Bolson et al;	Empreendedoris mo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios	2018	https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/registro/mpe/article/view/176/250
07	Deise Araujo Chagas Costa	Empreendedoris mo materno como escolha profissional: histórias de vida São Cristóvão	2022	https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/16968/2/DEISE_ARAUJO_CHAGAS_COSTA.pdf

08	Ana Paula Pena da Costa Silva	Mulheres empreendedoras e estratégias de marketing nas redes sociais: Um estudo no segmento da moda do Agreste Pernambucano	2020	https://periodicos.processus.com.br/index.php/eqjf/article/view/851
09	Diego Mota Vieira	Empreendedoris mo feminino: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender.	2022	https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/377
10	Stefanny Raissa Alves Antunes et al;	Empreendedoris mo feminino	2022	https://portal.unisipe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/03/EMPREENDEDORISMO-FEMININO-96-a-108.pdf
11	Bernardino, Suzana Freitas Santos	Empreender no feminino em Portugal: Motivações e obstáculos	2018	http://hdl.handle.net/10400.22/11402
12	SILVA, m. de s.; OLIVEIRA, c. m. m. de.	Empreendedoris mo feminino no	2022	https://ojs.focopublicacoes.com.br/

		brasil e as características comportamentais empreendedoras: uma breve revisão de literatura		foco/article/view/3389/2270
--	--	--	--	---

Fonte: Elaborada pela autora

Observou-se nos estudos selecionados, que empreender é algo que vem crescendo, principalmente com as mulheres, e estão cada vez mais atuando no meio digital, como também uma forma de conciliar o papel de mãe, dona de casa e trabalho.

4.1 DESAFIOS COMO EMPREENDEDORA/EMPRESÁRIA E CONSULTORA DE BELEZA

Foi observado no capítulo 05, os relatos da Neide Carvalho sobre o começo com vendas, não era algo que tinha como profissão, mas apenas como um complemento na vida familiar, dificuldades em conseguir empreender sem ter conhecimento (Carvalho, 2023), como no trecho a seguir: “ Como não tinha concluído nenhuma das faculdades e não queria ter chefe, mas precisava ajudar nas contas de casa, comecei a vender salgados” (Carvalho, 2023 p 57). Verifica-se que foi a necessidade ao qual a Neide Carvalho começou a empreender e segundo Bernardino et al; (2018) o empreendedor por necessidade é aquele que começa um negócio, algo simples e informal, sem outra opção e muitas vezes trabalhoso e sem muito retorno, ao qual estão relacionados a insatisfação do emprego e motivos financeiros.

Como tudo no início tem suas dificuldades e sem ter recursos e planejamento para seguir, os salgados em grande escala, foi mais um projeto sem sucesso, “ fazer salgados para casa era totalmente diferente de fazer para um negócio” (Carvalho, 2023 p 57), como a autora destaca que sentiu essa dificuldade, percebe-se que muitas empreendedoras fecham rapidamente os negócios, por falta de planejamento, que envolve preços, mercado atual, organização e falta de informações concisas até mesmo na busca de financiamentos, apesar de ter um número elevado de mulheres com grau superior, o conhecimento na área faz a diferença (Bernardino

et al; 2018).

4.1.1. Aberturas e fechamentos das lojas de roupas e variedades

Como muitas mulheres empreendedoras a Neide Carvalho tem filhos e precisava fazer algo que pudesse conciliar família e trabalho, e começou com a primeira empresa. “...na garagem de casa abri uma pequena loja. Agora eu era dona da minha empresa...ali começava a minha história como empresária que jamais imaginei que pudesse me levar tão longe (Carvalho, 2023 p 58). Sosnowski (2023), afirma que o sucesso empresarial feminino depende da eficiência da proprietária. Carvalho (2023), mesmo sendo como uma renda a mais, tudo estava caminhando bem, já com revendedoras, viajava com o marido para fazer compras, e foi que percebeu que tinha o dom para as vendas, mas não estava mais feliz como antes. Em conformidade Costa (2022), destaca que muitas mulheres se desdobram para cuidar do próprio negócio e conciliando com os afazeres de casa, maternidade e assim atender à necessidade de todos, tendem a ser mais felizes no casamento.

Empreender requer muita disciplina e responsabilidade, como a Neide Carvalho destaca a seguir:

No frio, no calor, na chuva, na garoa, afinal, eu era dona do meu negócio, não tinha chefe, vendia bem. Se não trabalhasse não tinha dinheiro no caixa. Este é outro ponto: muitas empreendedoras começam seu negócio e acham que, por não ter um chefe não precisam trabalhar todos os dias. Não é bem assim que as coisas funcionam, principalmente nos dois primeiros anos que é onde sua empresa vai construir o seu *branding*, a sua marca (Carvalho, 2023 p 64).

Como citado acima, para que os empreendedores consigam o objetivo e terem sucesso nas vendas, precisam muita dedicação e responsabilidades, pois algumas pessoas não buscam conhecimento sobre o nicho que trabalha, misturando vida pessoal com empresa e assim não conseguem equilibrar e manter a empresa.

São muitos desafios enfrentados por empreendedores, uma adaptação da vida pessoal e empresarial e Correia (2020) destaca que o sucesso do empreendedor depende de fatores da vida pessoal, do contexto a ser empregado o tipo de segmento, de como será o desempenho do líder para alcançar seus objetivos.

Outro ponto de desafio para quem empreende é mudança de endereço, como medo de perder os clientes, vizinhos, no relato a Neide Carvalho fala que não foi difícil

para venderem a casa, mostra que tinha a mente empreendedora e gostava de desafios.“ O problema é que não tínhamos nenhum centavo para comprar imóvel lá, a não ser que vendêssemos nossa casa e a loja e recomeçarmos do zero em outra cidade” e logo a decisão foi vender e ir para Suzano, “ Móveis novos, casa nova, novas amigas e vizinhas. Amo mudanças, não me apego a bens materiais” (Carvalho, 2023 p 66). No que tange as competências empreendedoras Sosnowski (2023) destaca que é preciso ter mudanças ao conhecimento, aprender, trabalhar, e estar apto para seguir em frente diante das transformações.

Ainda sobre desafios no âmbito empresarial, tem muitos que fecham os estabelecimentos, um dos pontos principais são as vendas no fiado. Como observa a seguir no relato da Neide carvalho sobre a primeira loja em Mauá, “Com quase dois anos de loja levei um prejuízo de quase 5 mil reais, porém, como vendia, em média, 8 mil reais por mês, os 5 mil reais em dois anos, não me fizeram falta [...]” (Carvalho, 2023 p74). Percebe que as vendas no crediário mesmo sendo poucas tem um impacto grande, e ainda assim pela segunda vez abrindo uma nova loja, continuou com as vendas nas fichas.

Como comecei a vender na ficha, muitas pessoas começaram a frequentar e a comprar na loja, e no segundo mês, além das vendas à vista, já tinha as vendas das fichas para receber, e até o primeiro ano de loja pouquíssimos prejuízos [...] o maior problema de vender fiado não é a perda financeira, e sim o emocional [...] achamos uma falta de respeito, porém o maior desrespeito era a minha com o meu negócio (Carvalho, 2023 p 73 e 74).

Como relatado no trecho acima, observa-se que uma das principais decisões e valorização é da proprietária, ao qual não tinha autonomia com o negócio, além de prejuízos, o desgaste emocional refletia totalmente na carreira de empreendedora, e além do prejuízo financeiro, pode também afetar a convivência no dia a dia, pois a mente cansada traz consequências negativas para a vida pessoal e empresarial.

Além dos problemas de vendas no fiado, a violência é um foco primordial para muitas empreendedoras fecharem seu negócio. “ [...] fui assaltada novamente, após um ano do primeiro assalto, e, dessa vez estava na loja” (Carvalho, 2023 p 85) “[...] mas eu não conseguia me recuperar psicologicamente. A todo momento, lembrava a arma sendo apontada para mim” (Carvalho, 2023 p 85 e 86). O impacto psicológico pode afetar radicalmente uma pessoa, e assim fecham o estabelecimento. Após tantos transtornos e desafios, mais uma vez fechando outra loja, com um prejuízo de 4,500,00 reais (Carvalho, 2023 p 87). Percebe-se, um dos fatores negativos no âmbito

de empreender, são os fiados e também prejuízos, ao qual podem afetar brutalmente a vida de uma pessoa, seja na empresa ou pessoal, de acordo com Silva (et al; 2019) conciliar as responsabilidades da área profissional, pessoal e familiar é um dos maiores desafios enfrentados por empreendedoras.

Verifica sobre o impacto psicológico no trecho a seguir:

Nessa época, tudo me estressava. Brigava com marido e filhas, com a revendedora por ela não pegar todos os produtos de uma vez e não vir até a mim. Foi então que as coisas ficaram bem complicadas. Atrasei alguns boletos de algumas marcas de cosméticos e perfumaria e me vi em uma situação que jamais esperei passar: [...] (Carvalho, 2023 p 96)

Como já citado sobre o impacto psicológico, nos relatos apresentado no capítulo 07, percebeu que após tantos aborrecimentos e principalmente o estresse de cobrar as pessoas e até mesmo brigar com os clientes, chegou ao ponto de desistir de tudo, boletos atrasados, enfim tudo ao mesmo tempo (Carvalho, 2023).

No estudo em Silva (et al; 2019), mostra também que a inadimplência dos clientes, de conciliar problemas familiares, pessoal e a atividade de negócio, vem aumentando a possibilidade de desistência em empreender, assim, verifica que qual quer pessoa pode passar por isso, e dessa forma dentro do empreendedorismo entra a parte da resiliência, ao qual faz parte do ponto de equilíbrio e da habilidade para conseguir fazer algo novo e superar os obstáculos. Em consonância sobre resiliência no âmbito de empreender Silva (et al; 2019), mesmo ainda com poucos estudos, apresenta que a resiliência tem sido fator principal para estudos sobre entender as características de pessoas que enfrentam dificuldades na atividade empreendedora.

4.2 RECOMEÇO/ESTRATÉGIAS E BUSCA PELO CONHECIMENTO

O empreendedor é capaz de se reinventar, modificar, identificando oportunidades para atender as necessidades e alcançar os objetivos (Bolson et al; 2018). No capítulo 8, página 97, verifica que a Neide Carvalho buscou novas oportunidades, em outra cidade, como apresenta no trecho a seguir:

Resolvi voltar a trabalhar com cosméticos e perfumaria, mas o problema é que sempre fui e sou até hoje muito tímida para vender de porta em porta, fazer demonstração de produto, avisar as vizinhas que era consultora de beleza. Morria de vergonha (Carvalho, 2023 p 97).

Por mais que no relato acima, destaca o recomeço em voltar a venda dos cosméticos, nota-se alguns obstáculos a enfrentar, a timidez e medo, vergonha, ao que percebe ainda, nos dias atuais muitas empreendedoras, têm medo de falar que a consultora de beleza é uma profissão, medo de levar um não, de não saber falar os benefícios do produto ou de pensar que uma cidade pequena as pessoas não comprem, por ter concorrência. No livro apresenta no capítulo 08 na página 98, destaca sobre vender em qualquer lugar, “[...] o tamanho de onde você vive não determina o tamanho do seu sucesso!” (Carvalho, 2023).

Com ênfase em empreender, entende que, é quando pessoas enxergam oportunidades, não vistas por outros seres humanos e colocam em prática. Silva (et al; 2019), no livro apresenta na página 76, em que a Neide Carvalho montava seus presentes, fazendo kits com caixa de papelão, era um diferencial, outra estratégia usada, eram as ações de vendas, como “Compre e ganhe” “ indique uma cliente e ganhe brinde” também sorteios e planilhas para calcular os lucros. Segundo Bolson (et al; 2018) empreender é muito mais que ganhar dinheiro, envolve a criatividade, oportunidade e aprendizado na prática, ou seja, precisa ter constância e fazer o diferencial com o que tem.

Ainda sobre aproveitar as oportunidades e também sobre ter conhecimento e ir atrás, pesquisar, verifica no objeto de estudo (Carvalho, 2023 p 99), ao qual a Neide carvalho relata que foi desafiada por uma das marcas das quais trabalhava, para fazer um vídeo no YouTube falando de alguns produtos, no qual não ganhou, mas ganhou muitos seguidores. Com a visão em abranger mais e mais, montou mais presentes e começou a ensinar as consultoras pelo canal do Youtube, e também já divulgava no status e ganhou as ex-clientes de volta.

Nota-se que as empreendedoras tiveram grandes mudanças no âmbito de conduzir um negócio após a digitalização, em que são considerados mais dinâmicos e eficazes do que o modelo tradicional (Correia et al., 2020). Assim! Percebe-se que as consultoras que usam plataformas digitais, consegue sobressair a frente das outras, conquistando um vasto número de clientes.

Ainda sobre as estratégias apresentada pela empreendedora Neide carvalho, pode verificar as mudanças no seu negócio no atendimento ao cliente e fazer as divulgações, como no trecho a seguir Carvalho (2023, p 102):

Como já mostrava um pouco da minha rotina diária e alguns produtos para a

venda no Facebook, mostrar a minha rotina e produtos que vendo nos *stories* era até simples. [...] Todos os dias era um aprendizado novo, na verdade, aprendo todos os dias até hoje. As redes sociais estão sempre em evolução, e precisamos estar atentas a todas essas mudanças, ou ficamos para trás.

Comecei a postar o meu dia a dia usando os produtos que vendia nos *stories* diariamente, de domingo a domingo, cheguei a fazer quase cem *stories* por dia. Esse dia foi muito especial, novas seguidoras e muitas vendas.

Verifica que, as redes sociais impulsionam as vendas e as empreendedoras fazendo as estratégias com constância, buscando conhecimento, logo conseguem ter sucesso, pois, no cenário contemporâneo, as redes sociais têm desempenhado um papel crucial na promoção de negócios e no estabelecimento de conexões profissionais (Silva, 2020 p 56).

Observa-se que, é preciso sempre está buscando conhecimento, visto que, o empreendedorismo digital depende de forma geral de recursos digitais para assim alcançar os objetivos, como apontado no capítulo 09 na página 107 do livro da Neide Carvalho, “Percebi que, na internet, havia um mundo de possibilidades, que a escala era muito mais fácil que as vendas no presencial”. Comecei a me dedicar, fiz muitos cursos gratuitos e pagos sobre marketing digital, mundo de afiliados, tudo que estava ligado ao mundo digital. De fato, o empreendedorismo no ambiente virtual requer habilidades específicas, além das qualidades típicas de um empreendedor tradicional (Pereira, 2016).

4.3 SUCESSO DIGITAL COMO CONSULTORA, EMPREENDEDORA E EMPRESÁRIA DIGITAL

Com a abordagem do tema nesse objeto de estudo, ao qual apresenta partes da carreira da empreendedora Neide Carvalho, verificou que o sucesso é alcançado depois de vivenciar muitos obstáculos e estratégias, como também a busca do conhecimento e constância sempre, principalmente ao meio digital, que as plataformas digitais estão em constante transformação.

. Como destaca a seguir:

O empreendedorismo digital caracteriza-se pelas rápidas mudanças e pelas incertezas sociais que implicam na exploração de novas ligações que dependem, geralmente, dos recursos materiais da internet, das mídias e da TI, e que incluem alcance global, disponibilidade 7 dias por semana e 24 horas por dia e aumento da interatividade, pois não existem barreiras de

tempo e de espaço já que cada vez mais pessoas estão adquirindo acesso à internet e à tecnologia mobile. (Santana, 2018 p35)

Como citado a cima, verifica a importância do conhecimento como ferramenta de trabalho, em que, habilidades, inovação usadas corretamente, traz o sucesso no digital. Em conformidade Correia (2020), aponta que o uso de redes sociais por empreendedores, desempenham um papel fundamental na definição de resultados positivos, abrindo novos caminhos e oportunidades no mercado atual.

Como consultora de beleza verifica esses resultados nos trechos a seguir: (Carvalho, 2023 p 107e 108).

Como tive um crescimento absurdo, ganhei uma premiação da empresa, na verdade fui destaque em vendas das duas categorias, volume de pontos e porcentagem de crescimento, [...]. No ano seguinte fui destaque novamente, agora como volume de pontos e de 2018 a 2022, destaque em vendas [...] Fui convidada a ser embaixadora de um produto das marcas que eu vendia[...]

Em 2018 e 2019, vendi muito no digital, cheguei a 50 mil reais em alguns meses, nós quitamos nosso carro e reformamos a nossa cozinha e dois banheiros do apartamento.

Mulheres empreendedoras, em particular, têm encontrado nessas plataformas uma oportunidade de amplificar suas vozes e expandir seus negócios, entretanto, esse caminho não é isento de desafios, exigindo habilidades específicas para navegar pelas complexidades do ambiente digital (Silva, 2020).

O meio digital tem essas possibilidades de trabalhar com vários segmentos, e como percebe no livro é destacado: (Carvalho, 2023 p 108 e 109).

Em 2019, decide investir fortemente no meu canal do YouTube e continuei ensinando ainda mais outras consultoras de beleza a darem uma virada em suas vendas, utilizando a internet. Meu canal chegou a monetizar e na época, quase 5 mil reais.

E se me dissessem, há dez anos, que ganharia dinheiro com o canal do YouTube, jamais acreditaria, ninguém começa com muitos seguidores, mas com apenas um.

E que bom que estamos colhendo tudo que plantamos com muita garra e dedicação, e repito, minha família foi fundamental para que eu passasse por todo esse processo, até mesmo este livro.

O apoio da família é crucial para o sucesso de qualquer empreendedor, e a falta dele pode representar um obstáculo significativo para as mulheres empreendedoras (Vieira et al; 2022). No âmbito de empresária digital, tem se as habilidades do

empreendedorismo, ao qual foram necessárias para transformar a ação em realidade.

Percebe-se no trecho a seguir:

Eu digo: porque ser um bom profissional vai muito além do certificado. Precisa saber trabalhar em equipe, se expressar, nunca parar no tempo, estar sempre em movimento, em busca de novas coisas, estar aberto a mudanças e procurar alternativas de melhorias para a empresa e não ser acomodado. (Carvalho, 2023 p 112).

Segundo Bernardino (2018), a mulher empreendedora tem posição de responsabilidades com mais intensidade e aperfeiçoamento em tudo, humildade, facilidade em aprender e sempre buscam estarem ativas as mudanças.

Nesse sentido, empresárias com atitudes empreendedoras são eficaz para obter sucesso e conquistar os objetivos, em busca de novos conhecimentos e não ter medo de começar com o que tem, do jeito que consegue naquele momento. Como apresenta a seguir:

Eu me desafiei e comecei a gravar algumas aulas com um celular Samsung que tinha na época. Nada de câmera profissional ou estúdio, pelo contrário, gravei todo meu curso dentro do meu quarto do apartamento. Lancei a primeira turma do meu curso, que tinha o nome de “ Venda Mais com dicas da Neide, [...] A ideia inicial era vender vinte cursos, e para minha surpresa e do meu marido, consegui vender 297 cursos, sem anúncios pagos, sem suporte, sem captura de *leads* e sem grupos no WhatsApp. E daí para frente, logo depois de uns dois meses, lancei a segunda turma, quase com quinhentas mulheres; depois quase seiscentas; e foi só aumentando cada vez mais até que cheguei a ter uma turma 6 com mais de 2.000 mulheres. [...] e foi onde fiz meu primeiro milhão em vendas de cursos. (Carvalho, 2023, p 121 e 122)

Como citado a cima, observa-se sobre ser espelho, ao qual o sucesso de uma empreendedora com as redes sociais tem ajudado milhares de pessoas. A capacidade de uma mulher ver outra mulher bem-sucedida em seus empreendimentos pode inspirar confiança e motivação, criando um ambiente onde outras mulheres se sintam encorajadas a seguir o mesmo caminho Sosnowki (2023).

Além de tudo, em conquistas financeiras, a maneira de ajudar outras mulheres percebeu também que encorajou a N.C e fez sentir a necessidade de ter uma formação de terceiro grau, buscar ainda mais conhecimento na área empreendedorismo digital “ Em fevereiro de 2022, consegui meu tão sonhado diploma e junto com ele, vieram uma garra [...] e nesta mesma época conquistei o quarto destaque em vendas e fui para um evento de três dias de festa, [...]” (Carvalho, 2023

p 128). De acordo com (Silva e Oliveira, 2022) as mulheres estão cada vez mais presentes no cenário empreendedor e no meio digital, visto que, esse crescimento é devido a busca por conhecimento, qualificação, cursos, e as mídias em que líderes de sucesso, são o espelho para as demais.

O conhecimento é a base para o sucesso, a partir da teoria que faz a prática, como percebe no trecho a seguir, sobre ensinar o que vive, “hoje nossas vendas digitais são 100% online no WhatsApp e Instagram. Tudo que ensino para as minhas alunas nos meus cursos, eu coloco em prática tanto na minha loja física quanto nas minhas vendas digitais” (Carvalho, 2023 p 137 e 138).

Santana (2021), destaca na sua pesquisa sobre as redes sociais virtuais e o capital social, andam lado a lado proporcionando o desenvolvimento no empreendedorismo digital. Verificou-se que o meio digital é uma poderosa ferramenta para conquistar os clientes, mas depende de muito esforço, estudos e constância.

No que tange sobre competência empreendedora Sosnowki (2023), destaca sobre o conhecimento, digital, o produto em si, consumidores, ao qual agrega valores econômicos para o sucesso empresarial. Neste ponto de vista, A Neide Carvalho aborda no livro, sobre repassar esse conhecimento para outras mulheres, como apresenta a seguir:

Agora com a empresa organizada, filha nas vendas presenciais, marido de todo financeiro e bastidores no final de 2022, gravei os meus três cursos do zero. Hoje conto com quase 22 mil alunas.
É isto que me faz feliz: ver vidas transformadas através dos meus cursos [...] que seja um instrumento de transformação na vida de mais mulheres. É isso que realmente me faz feliz (Carvalho, 2023 p 140 e 141).

Observa que o foco é o conhecimento, ao qual é a transformação para o sucesso, visto que, o mundo vive em constante transformação e é preciso acompanhar e está apto para competir e empreender principalmente no meio digital.

Para isso, o estudo focou em apresentar a história de uma mulher empreendedora que saiu da CLT para ser empresária, em que o livro mostra a sua trajetória, obstáculos, mudanças e sucesso, descrevendo desde a infância, primeiro emprego, filhos até chegar no auge da carreira de sucesso (Carvalho, 2023). Tendo por objetivo apresentar a importância do empreendedorismo feminino nos dias atuais e como o meio digital tem sido um elo de oportunidades para as mulheres tornarem empreendedoras e independentes, em que sua história torna uma inspiração para influenciar outras mulheres (Carvalho, 2023).

Assim, este estudo mostra que a busca por independência financeira é um dos principais motivadores para mulheres empreenderem (Silva, 2020). Além disso, a responsabilidade de sustentar não apenas a si mesmas, mas também suas famílias, especialmente aquelas com filhos, pode impulsionar as mulheres a abrir seus próprios negócios (Correia et al., 2020). A vontade de se libertar de limitações, autonomia financeira é um poderoso impulsionador para o aumento do número de mulheres empreendedoras (Silva, 2022).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi analisado a trajetória da empreendedora Neide Carvalho e quanto as variáveis, descreveu a trajetória de uma mulher empreendedora, que o foco principal é mostrar os obstáculos e métodos usados para ter sucesso no âmbito empresarial, buscando transformar vidas de outras mulheres, instigando essas mulheres tornarem-se independentes como empreendedoras no mundo digital, observa-se que boa parte das mulheres não tem ideia de como começar, por questões financeiras, vergonha de aparecer na frente das câmeras ou não sabem que empreender não é apenas vender um produto e sim mostrar a qualidade deste produto influenciando através do meio digital.

Apresenta-se os desafios enfrentados pela empreendedora Neide Carvalho, dessa forma, pretende mostrar que todas as mulheres são capazes de alcançar os objetivos, que para conquistar algo precisa superar inúmeras barreiras, com estudo, persistências, determinação, até a estabilidade mental são chaves importantes durante a jornada para o sucesso.

Tem se as estratégias e resultados alcançados pela empreendedora Neide Carvalho, com comprovações que a prática traz resultados, uma das maiores características do empreendedor é correr riscos, que juntamente com as oportunidades estão a ambição, persistência, coragem, ousadia e minimizam esses riscos para conseguir os sonhos planejados, e a partir do momento de estar ativa nas redes sociais criando valores e tornando-a espelho para as demais mulheres.

Apresentou os desafios e oportunidades da empreendedora Neide Carvalho, dessa forma, histórias e relatos de mulheres empreendedoras bem-sucedidas, tem o propósito de influenciar outras mulheres, mostrando um elo de oportunidades nas mídias e fazendo a diferença no âmbito empresarial, tornando horários flexíveis para

as mulheres, em que a busca desse equilíbrio torna um dos fatores mais relevantes para as empreendedoras.

Com a realização deste estudo, identificou que, empreender é um processo ao qual precisa de conhecimentos, estratégias, determinação, principalmente no que se refere ao meio digital, visto que, está em constante transformação. No que tange, apresentar a capacidade de conquistar os objetivos, mostrou o diferencial que uma mulher mesmo começando do zero pode sim, fazendo com o que tem e também que mulheres sucedidas, podem sim ser o espelho para milhares de outras mulheres.

Mesmo sendo uma pesquisa diferenciada, por ser bibliográfica documental com relatos de uma mulher empresaria, mas ainda, falta muito para pesquisar, visto que foi delimitado com recorte temporal, devido ao pouco tempo de pesquisa, sugere ideia em aprofundar outras pesquisas no âmbito de empreender no digital em diversas setores com outras empreendedoras, mostrando ideias, dificuldades, para assim, as mulheres terem um novo olhar para si, olhar de entender que todos são capazes e nunca desistir do que te faz feliz.

O trabalho mostra a relevância da mulher por ser um agente de transformação social, corrobora com a economia a partir do empreendedorismo digital, e ainda incentiva outras mulheres a empreender, deixando de lado diversos paradigmas, relacionado ao preconceito, gênero, crenças limitantes, falta de oportunidade e até mesmo a própria valorização.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, S. et al. **EMPREENDEDORISMO FEMININO**. [s.l: s.n.]. Disponível em: Revista Gestão em Foco - Edição nº 14 – Ano: 2022. <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/03/EMPREENDEDORISMO-FEMININO-96-a-108.pdf> Acesso em: 13 de junho de 2024.

ARAUJO, Larissa Silva. **Empreendedorismo feminino: um estudo com mulheres empreendedoras no setor vestuário cearense**. 2021. 31f. Artigo (Graduação em Administração) – Centro Universitário Fametro, Fortaleza, 2021. Disponível em: <http://repositorio.fametro.com.br/jspui/handle/123456789/1117> Acesso em: 12 junho. 2024.

BERNARDINO, S., Freitas Santos, J., & Cardoso, C. (2018). **Empreender no feminino em Portugal: Motivações e obstáculos**. European Journal of Applied Business Management, 4(1), 101-117. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.22/11402> Acesso em 12 de junho de 2024.

BOLSON, S. B.; OLIVEIRA, L. M. P. DE; VALE, M. P. DO. **EMPREENDEDORISMO FEMININO: DESAFIOS E CONQUISTAS NO MUNDO DOS NEGÓCIOS**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas, v. 3, n. 02, p. 84–102, 30 ago. 2018. Disponível em: <https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/176/250>

CARVALO, Neide. **Nunca desista do que te faz feliz**. São Paulo, SP: Ed. Lux, 2023.

CORREIA, Regina, S. et al. **EMPREENDEDORISMO DIGITAL E GESTÃO DE PROJETOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA DIGITAL ENTREPRENEURSHIP AND PROJECT MANAGEMENT: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://submissao.singep.org.br/8singep/arquivos/263.pdf> . Acesso em: 11 de abril de 24.

COSTA, Deise Araujo Chagas. **Empreendedorismo materno como escolha profissional: histórias de vida São Cristóvão**, Universidade Federal de Sergipe Pró-Reitoria de Pós-Graduação e pesquisa programa de pós-graduação em administração mestrado em administração SE 2022. [s.l: s.n.]. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/16968/2/DEISE_ARAUJO_CHAGAS_COSTA.pdf. Acesso em: 12 jun. 2024.

FERNANDES, Maikenne Araújo. **Mulheres empreendedoras: desafios, oportunidades e perspectivas**. Universidade Federal de Uberlândia Campus Pontal, Orientador: Prof. Dr. Edson Arlindo Silva (FACES/UFU) 2023. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=mulheres+empreendedoras%3a+desafios%2c+o> Acesso em: 23 de março de 2024.

FREITAS, C. C. P. E E. C. DE. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico** - 2a Edição. [s.l.] Editora Feevale, 2013.

GUERRA, a. de l. e r. (2023). **Metodologia da pesquisa científica e acadêmica**. revista owl (owl journal) - revista interdisciplinar de ensino e educação, 1(2), 149–159. instituto federal de educação, ciência e tecnologia do piauí manual de eletrônico] / instituto federal de educação, ciência e tecnologia do piauí teresina: ifpi.

MARIANO, Ari Melo et al. **Fatores que influenciam as mulheres no consumo de moda online: um estudo por meio das equações estruturais**. Qualitas Revista Eletrônica, v. 18, n. 1, p. 33-51, 2017. https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=.+Fatores+que+influenciam+as+mulheres+no+consumo+de+moda+online%3A+um+estudo+por+meio+das+equa%C3%A7%C3%B5es+estruturais Acesso em 15 de junho de 2024.

MOLETTA, Juliana. **Relação entre empreendedorismo feminino e qualidade de vida: análise em uma rede de mulheres empreendedoras no interior do Paraná**, 184 f.; il. 30 cm, 2020. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/4994> . Acesso em: 17 mar. 2024.

MORAES, P. N. DE. **A ação empreendedora em plataformas online : a lógica effectual de empreendedores domiciliados no Porto Digital**. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/38581> . Acesso em: 24 jun. 2024.

SANTANA, Raísa Teixeira. **Empreendedorismo informal digital e social commerce : um modelo de negócios no Instagram**. 2018. 172 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2018. URI: <http://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/10158> Acesso em 24 de junho de 2024.

SEBRAE, 2021. **Quem somos?** Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos . Acesso em 23 de março 2024.

SILVA, m. de s.; OLIVEIRA, c. m. m. de. **Empreendedorismo feminino no brasil e as características comportamentais empreendedoras: uma breve revisão de literatura**. revista foco, v. 16, n. 10, p. e3389–e3389, 24 out. 2022. Pesquisa em 25 de junho de 2024 <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/3389/2270>

SILVA, E. A. P., Costa, M. F., & Moura, M. R. F. **Mulheres empreendedoras e estratégias de marketing nas redes sociais: Um estudo no segmento da moda do Agreste Pernambucano**. Journal of Perspectives in Management – JPM, 4, p. 52-67 2020. Disponível em: <https://periodicos.processus.com.br/index.php/eqjf/article/view/851> . Acesso 12 de junho de 24.

SILVA, Pablo Marron Medeiros et al; **A RESILIÊNCIA NO EMPREENDEDORISMO FEMININO**. Revista Eletrônica Gestão & Sociedade v.13, n.34, p. 2629-2649 | Janeiro/Abril – 2019 ISSN 1980-5756 | DOI: 10.21171/ges.v13i34.2346 disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/4cf5/8969f8b79593afb3c89a346d09a10ef744c2.pdf> Acesso em: 12 de junho de 2024

SOSNOWSKI, Alice Salvo. **Competências Empreendedoras Femininas: estudos sobre mulheres no exercício do empreendedorismo**. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12142/tde-15062023-185717/publico/AliceSalvoSosnowskiOriginal.pdf> . Acesso em 12 de junho de 2024.

TORQUATO, R.; MILTON; MACÁRIO NERI FERREIRA. Paixão, educação e criatividade e seus efeitos na intenção empreendedora. RAE - Revista de Administração de Empresas, v. 63, n. 6, p. 1–22, 2023. Disponível em <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155176329006> Acesso em 23 de junho de 2024.

VIEIRA , Diego Mota; VIEIRA, Mariana Borges Nunes; ENES, Yuri Odaguiri. **Empreendedorismo feminino:: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender**. REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 263–282, 2022. DOI: 10.21574/remipe.v8i2.377. Disponível em: <https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/377> . Acesso em: 13 jun. 2024.