XXIX SEPE
Simpósio de Ensino, Pesquisa e Extensão
Teaching, Research and Extension Symposium
Presente e futuro:
uso consciente da Inteligência Artificial
Today and tomorrow:
the conscious use of Artificial Intelligence
E-book
ISBN 978-65-5852-415-1
20 A 22 DE OUTUBRO DE 2025
OCTOBER 20th to 22nd, 2025
UFN Universidade Franciscana Franciscan University

DOI: https://doi.org/10.48195/sepe2025.30146

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NO EMPREENDEDORISMO FEMININO – A PARTICIPAÇÃO NO EMPREENDE E MOSTRA COMO OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO PARA NEGÓCIOS FEMININOS

Carolina Tonini[1]; Aline Stangherlin Silva[2]; Patrícia Geis[3]; Natália Guimarães Riss[4]; Márcia Bandeira Landerdahl Maggioni[5]*

RESUMO

O empreendedorismo feminino constitui-se como uma alternativa relevante de trabalho e busca por autonomia e independência financeira para as mulheres. Em um cenário em que nem sempre as empreendedoras estão preparadas para a atuação na gestão de seus negócios, muitas vezes empreendendo por necessidade, ações extensionistas que oferecem suporte e capacitação passam a ser essenciais para disseminação do conhecimento e qualificação da gestão. É neste sentido que este trabalho se apresenta, com o objetivo de identificar impactos percebidos por mulheres empreendedoras atendidas por um projeto de extensão vinculado à Universidade Federal de Santa Maria que tem o intuito de oferecer suporte e capacitação para a gestão dos negócios de mulheres. Para tanto, uma pesquisa foi aplicada junto a 41 integrantes do projeto, buscando verificar o entendimento quanto aos impactos decorrentes da participação das empreendedoras no Empreende e Mostra (E&M), uma ação para exposição de produtos e serviços dos empreendimentos das mulheres participantes. Os resultados mostram que a participação no evento proporcionou visibilidade dos negócios, captação de novos clientes, aumento nas vendas, estabelecimento de conexões e parcerias com outras empreendedoras. As participantes relatam satisfação em participar de um ambiente de trocas que é também desafiador, por exigir das empreendedoras um posicionamento claro sobre o negócio, habilidades de comunicação e relação interpessoal em um ambiente diferente do natural de trabalho, além de trocas de ideias, incentivos e informações sobre os empreendimentos e a gestão dos mesmos. Foi possível identificar impactos reais sobre os faturamentos e os resultados financeiros nos empreendimentos, mas, acima de tudo, verificar a importância da criação e do fortalecimento de uma rede de apoio no empreendedorismo feminino, com amizades e parcerias estabelecidas para além dos negócios envolvidos.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, Extensão Universitária, Gestão.

[1] Carolina Tonini, Mestre em Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: carolina.goulart@ufsm.br.

[2] Aline Stangherlin Silva, Especialista em Gestão de Pessoas e Marketing, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: alinestangherlin@gmail.com.

[3] Patrícia Geis, Graduanda em Administração, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: pati.geis@hotmail.com.

[4] Natália Guimarães Riss, Mestranda em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: natalia.riss@acad.ufsm.br.

[5] Márcia Bandeira Landerdahl Maggioni, Doutora em Administração, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: marcia.maggioni@ufsm.br.

INTRODUÇÃO

A extensão universitária constitui um dos pilares da educação superior e desempenha papel estratégico na promoção de transformações sociais ao articular a produção do conhecimento e inovação às necessidades da comunidade em que está inserida. Por meio dela, o conhecimento, produtos e serviços desenvolvidos na universidade são convertidos em práticas que geram impacto na sociedade, fortalecendo a cidadania, a inclusão e a inovação. No Brasil, a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão é princípio constitucional das universidades (CF/1988, art. 207) e ganha concretude na Resolução CNE/CES nº 7/2018, que define diretrizes da extensão na graduação, orientando-a à formação cidadã e à interação transformadora com a sociedade.

O empreendedorismo, enquanto área do conhecimento, dedica-se ao estudo e desenvolvimento de novos negócios e projetos, com o objetivo de criar valor para a sociedade. Segundo Dornelas (2019), esse fenômeno é um processo que envolve a identificação de oportunidades, planejamento, criação de um negócio e gerenciamento do empreendimento. O ato de empreender também pode ser um processo de iniciativa do sujeito, que está em busca de melhores condições financeiras ou da realização de um sonho, o que inclui as mulheres, que investem no empreendedorismo visando o sustento próprio e de sua família, o enriquecimento de sua vida e a independência financeira (GEM, 2024).

Ser empreendedor exige uma série de habilidades e características, tais como ambição, liderança, criatividade, persistência, determinação, capacidade de adaptação, habilidade para identificar oportunidades de negócio, capacidade de assumir riscos, habilidade para resolver problemas e capacidade de inovar (Borges; Enoque, 2021), Já o empreendedorismo feminino, embora em ascensão, é atravessado por dificuldades que vão desde o acesso limitado a crédito e capacitações até a conciliação entre vida profissional e responsabilidades domésticas, frequentemente sobrecarregadas sobre as mulheres.

Apesar desses entraves, muitas empreendedoras têm conquistado espaço significativo nos mais diversos setores econômicos, revelando resiliência, criatividade e capacidade de inovação. No entanto, para que tais conquistas se consolidem de maneira sustentável, torna-se necessário o suporte de políticas públicas, redes de apoio e programas formativos que favoreçam o pleno desenvolvimento pessoal e profissional dessas mulheres, inclusive com o intuito de diminuir a carga e a pressão depositada nestas mulheres.

Nesse contexto, iniciativas voltadas ao empreendedorismo feminino assumem relevância especial, uma vez que contribuem para ampliar a autonomia econômica das mulheres. A implementação de iniciativas dessa natureza por meio da universidade e seus recursos adquire caráter singular ao promover a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, articulando a produção e a socialização do conhecimento com as demandas das mulheres empreendedoras.

Reconhecendo a importância destas ações também para atender ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5 Igualdade de Gênero (ONU, 2025), foi criado o Projeto de Extensão Era Rede Que Me Faltava no Empreendedorismo Feminino, vinculado à Universidade Federal de Santa Maria, que tem por finalidade promover a qualificação do processo de gestão de mulheres que atuem como empreendedoras no município de Santa Maria e na região central do Rio Grande do Sul. Entre as ações extensionistas propostas e realizadas pelo projeto desde abril de 2023 estão oficinas de empreendedorismo, rodas de conversa, suporte à gestão dos negócios, mentorias individuais e em grupo, vídeo aulas sobre gestão com temáticas voltadas ao planejamento e organização do negócio, posicionamento estratégico, comunicação, marketing, vendas, precificação, atendimento ao cliente, formalização do negócio, entre outras.

Além dessas ações, o Projeto de Extensão Era Rede Que Me Faltava no Empreendedorismo Feminino realiza o evento Empreende e Mostra (E&M), de periodicidade bimestral, com o objetivo de promover um espaço para exposição de produtos e serviços dos empreendimentos das mulheres participantes, mediante inscrição prévia e vagas limitadas. No evento, aberto à comunidade, as empreendedoras divulgam e vendem seus produtos e serviços, estabelecem relação direta com outras participantes empreendedoras, por meio de networking, fortalecem laços e constroem uma rede de mulheres empreendedoras vinculadas ao projeto.

Conforme o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2024) é essencial que as iniciativas empreendedoras das mulheres sejam apoiadas por um ecossistema favorável para ajudá-las a sobreviver e crescer até se tornarem estabelecidas. Nesse cenário, o referido projeto se configura como um espaço privilegiado de articulação e fortalecimento do empreendedorismo feminino, ao oferecer conhecimento técnico, assessoria em gestão, espaços de reflexão crítica e trocas de experiências. Ainda ao promover a integração entre saber acadêmico e demandas sociais, potencializa a autonomia das empreendedoras, contribui para o fortalecimento de práticas inovadoras e para a consolidação de negócios mais sólidos e sustentáveis.

Dessa forma, o objetivo deste estudo é identificar os impactos do Empreende e Mostra nos negócios femininos de mulheres participantes do Projeto de Extensão Era Rede Que Me Faltava no Empreendedorismo Feminino, segundo a percepção das empreendedoras. A iniciativa da pesquisa está embasada na relevância da obtenção de dados acerca das ações extensionistas, bem como da articulação da pesquisa e da extensão, aplicadas e desenvolvidas de maneira conjunta.

A relevância deste estudo justifica-se pela necessidade de compreender de que forma as atividades de extensão impactam diretamente a trajetória de mulheres empreendedoras, fortalecendo suas competências, ampliando suas oportunidades de inserção e sustentabilidade no mercado. Avaliar os resultados dessas ações junto a um grupo específico de empreendedoras possibilita identificar não apenas os benefícios imediatos, como também os efeitos de médio e longo prazo na consolidação de seus negócios e na transformação de suas realidades sociais. Tal análise é fundamental para orientar a elaboração de práticas extensionistas mais efetivas, capazes de potencializar conquistas, superar dificuldades persistentes e consolidar a extensão universitária como estratégia para o desenvolvimento humano, econômico e social.

METODOLOGIA

Com a finalidade de identificar os impactos do Empreende e Mostra junto aos negócios e empreendedoras foi realizada uma pesquisa descritiva e exploratória de abordagem qualitativa e quantitativa. Entende-se que essa escolha é adequada para compreender fenômenos sociais, a partir da análise de percepções, experiências e significados atribuídos pelas participantes do estudo. A escolha por essa abordagem justifica-se pela necessidade de investigar o impacto do evento Empreende e Mostra sobre a trajetória das empreendedoras, considerando tanto os desafios enfrentados quanto as conquistas alcançadas na construção e consolidação de seus negócios.

Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória tem como finalidade proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e possibilitando a construção de hipóteses. Já a pesquisa descritiva, conforme Vergara (2013), busca caracterizar determinado fenômeno ou estabelecer relações entre variáveis, permitindo compreender com maior clareza os contextos sociais investigados.

No âmbito qualitativo, Minayo (2014) enfatiza que esse tipo de abordagem possibilita apreender o universo simbólico, subjetivo e cultural dos sujeitos, o que se mostra essencial

quando o objeto de estudo envolve experiências pessoais e coletivas. Já a abordagem quantitativa por meio de questionários permite a padronização dos dados coletados, o que possibilita a comparação das informações obtidas para posterior quantificação e análise (Flick, 2012; Baptista; Campos, 2018).

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário eletrônico, com questões abertas e fechadas, instrumento que possibilita flexibilidade nas respostas (TRIVIÑOS, 2011). O questionário continha perguntas de caracterização sociodemográfica e questões sobre a participação no E&M, incluindo o número de vezes que participou do evento, a efetivação de vendas no evento ou posteriormente a ele, a captação de novos clientes, o estabelecimento de parcerias, a concretização de networking, bem como a avaliação de alguns aspectos relacionados ao E&M.

Os questionários foram encaminhados via aplicativo de mensagem a um total de 85 mulheres empreendedoras que integram ativamente as ações extensionistas do projeto Era Rede Que Me Faltava no Empreendedorismo Feminino, registrado sob o número 059962, no Gabinete de Projetos da UFSM. Vale ressaltar que o grupo de mulheres participantes do projeto atualmente é de 115 empreendedoras, mas foram utilizados como critérios de inclusão na pesquisa os requisitos de participar do projeto no momento da coleta e ter participado de ao menos um E&M como empreendedora expositora. Como critério de exclusão à pesquisa foi utilizado a não devolução do formulário. Ao todo, participaram da pesquisa 41 empreendedoras que responderam ao questionário.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Empreende e Mostra é um evento idealizado, organizado e realizado pela coordenação e demais membros extensionistas do Projeto de Extensão Era Rede Que Me Faltava no Empreendedorismo Feminino, da UFSM. O evento E&M foi criado com a finalidade de ser espaço qualificado para divulgação e oferta de produtos e serviços das mulheres empreendedoras, visto que as oportunidades de divulgação e venda existentes à época da criação do evento, como as feiras de rua, por exemplo, representavam custos significativos aos pequenos negócios, sem retorno garantido, assim como ofereciam estrutura e alcance limitados, com produtos expostos às intempéries e sem a presença de público interessado em consumir.

Assim, o E&M foi estruturado como um evento bimestral itinerante que ocorre em uma cafeteria da cidade, sempre aos sábados à tarde, com duração de três horas, ou seja, das 15h às 18h. A participação como expositora é destinada apenas às mulheres empreendedoras vinculadas ao Programa de Extensão Era Rede Que Me Faltava e ao Projeto de Empreendedorismo Feminino do mencionado Programa, mas o evento é aberto ao público, para que a comunidade acesse e conheça as empreendedoras, seus produtos e serviços. As vagas para o evento são divulgadas com antecedência para que as empreendedoras possam planejar a participação no evento, e o evento é divulgado pelo perfil no Instagram do Programa de Extensão (@eraredequemefaltava) e individualmente pelos perfis das empreendedoras e demais integrantes das atividades de extensão.

O E&M foi desenvolvido anteriormente ao registro do Projeto junto à Universidade, quando foram realizados os primeiros três eventos. Após a vinculação à UFSM, em abril de 2023, foram realizadas outras 12 edições do E&M, sendo estas as edições analisadas neste estudo. Até a aplicação deste estudo não havia registro ou sistematização de resultados alcançados pela ação junto às empreendedoras, apenas o controle do número de mulheres expositoras participantes e negócios envolvidos na exposição de produtos e serviços.

As informações indicam que nas 12 edições analisadas, no período de abril de 2023 e agosto de 2025, houve a participação de 110 empreendedoras distintas atuando como

expositoras de seus empreendimentos, além de mais de 300 oportunidades de exposição de produtos e serviços. Das 110 mulheres empreendedoras participantes, 85 delas permanecem como integrantes do Projeto de Extensão no momento, sendo estas consideradas para o estudo. Como explicitado na metodologia, foram obtidas 41 respostas ao questionário, e os resultados são apresentados a seguir.

Inicialmente, as participantes foram questionadas sobre seus dados sociodemográficos, incluindo faixa etária, estado civil, se é mãe e quantos filhos tem, além de escolaridade/titulação. Os dados são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 - Dados sociodemográficos das participantes

Variável	Categorias	Frequência	Percentual
Faixa Etária	18 a 24 anos	3	7,3
	25 a 29 anos	1	2,4
	30 a 34 anos	1	2,4
	35 a 39 anos	9	22,0
	40 a 44 anos	11	26,8
	45 a 49 anos	11	26,8
	50 a 54 anos	3	7,3
	55 anos ou mais	2	4,9
Estado civil	Solteira	7	17,1
	Casada/união estável	32	78,0
	Separada/Divorciada/Viúva	2	4,9
Maternidade, nº filhos	Não tem filhos	9	22,0
	1 filho	12	29,3
	2 filhos	18	43,9
	3 filhos ou mais	2	4,9
Escolaridade	Ensino Médio Completo	15	36,6
	Ensino Superior Completo	7	17,1
	Pós-Graduação - Especialização	15	36,6
	Pós-Graduação - Mestrado e/ou Doutorado	4	9,8
	Total	**41**	**100,0**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Como demonstrado na Tabela 1, apesar de encontrar participantes de diferentes idades, variando de 18 a mais de 55 anos, o perfil predominante das respondentes encontra-se na faixa etária entre 35 e 49 anos, no estado civil casada ou em união estável, com filhos, sendo mais frequente a presença de dois filhos. Quanto à escolaridade, chama a atenção a distribuição semelhante de empreendedoras com ensino médio completo e com pós graduação em nível de especialização, demonstrando que as ações extensionistas chegam a mulheres de graus de instrução distintos de forma semelhante.

Uma vez caracterizadas as participantes do E&M que responderam à pesquisa, a Tabela 2 indica o tempo de atuação destas mulheres como empreendedoras.

Tabela 2 - Tempo de atuação como empreendedora

Variável	Categorias	Frequência	Percentual
Tempo Empreendendo	Menos de 1 ano	3	7,3
	De 1 a 2 anos	4	9,8
	De 2 a 4 anos	11	26,8
	De 4 a 6 anos	10	24,4
	Mais de 6 anos	13	31,7
	Total	**41**	**100,0**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Percebe-se que poucas são as mulheres que atuam no empreendedorismo feminino há poucos anos, constituindo a menor parcela das respondentes (7 empreendedoras, 17,1%). Em maior número estão as empreendedoras com mais de 6 anos de experiência empreendendo. Ainda, 56,1% das empreendedoras atuam profissionalmente em seus negócios há mais de 4 anos, demonstrando uma significativa taxa de empreendedorismo estabelecido, que segundo o GEM (2024), com negócios com mais de 3 anos e meio de atividade. Esta taxa representa a estabilidade no empreender, pela superação das adversidades dos primeiros anos, que leva ao fechamento dos negócios com pouco tempo de atividade.

Considerando que já foram realizadas 12 edições do E&M, as respondentes foram questionadas sobre a quantidade de edições em que atuaram como expositoras de seus produtos ou serviços, conforme indica a Tabela 3.

Tabela 3 - Número de edições do E&M em que participou como expositora

Variável	Categorias	Frequência	Percentual
Número de E&M	1 edição	15	36,6
	2 edições	7	17,1
	3 edições	8	19,5
	4 edições	4	9,8
	5 ou mais edições	7	17,1
	Total	**41**	**100,0**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

É possível identificar uma maior frequência em participação de apenas uma edição, e este dado pode estar relacionado a um evento E&M realizado em março de 2025 no maior shopping center da cidade. Neste evento, foram 45 empreendedoras atuando na divulgação de seus negócios, com importante visibilidade na cidade e região. Apesar de positiva a participação de um grande número de empreendedoras em um único evento, para muitas empreendedoras esta foi a única participação em E&M até o momento. Outro aspecto relevante está centrado no fato de que novas integrantes vão ingressando no Projeto de Extensão a cada dois ou três meses, o que faz com que algumas das respondentes não tenham tido acesso ou possibilidade de participar de mais de um E&M até o momento.

Em relação ao ramo em que atuam, é interessante perceber a participação de empreendedoras dos mais diversos ramos de oferta de produtos e serviços, incluindo: produtos artesanais, entre eles peças em tricô, crochê, biscuit, costura criativa, papelaria personalizada, canecas personalizadas, brinquedos educativos e fantasias infantis; produtos alimentícios, incluindo biscoitos artesanais, empadas, doces e bolos. Além disso, entre as empreendedoras estão as que atuam na venda de produtos, tais como cosméticos, roupas femininas, roupas

infantis, acessórios femininos e infantis, peças de moda circular; e também na prestação de serviços, incluindo assessoria em marketing, serviços de fotografia, de estética avançada, de bem-estar e qualidade de vida, de terapias holísticas e integrativas.

Para melhor compreender as intenções e expectativas das empreendedoras participantes do E&M, foi solicitado que indicassem quais os motivos que levaram a participar do evento, com a possibilidade de assinalar mais de uma opção, desde que correspondesse à realidade. A Tabela 4 demonstra os motivos e sua distribuição em frequência.

Tabela 4 - Motivos para participação no E&M

Variável	Categorias	Frequência	Percentual
Motivo	Vender produtos/serviços	30	73,2
	Conhecer outras empreendedoras	37	90,2
	Fortalecer o empreendimento	30	73,2
	Divulgar produtos/serviços	39	95,1
	Fortalecer a participação no Programa/Projeto de Extensão	32	78,0
	Outro	3	7,2

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A Tabela 4 apresenta os dados relacionados ao que levou as empreendedoras a participarem como expositoras de seus negócios em ao menos uma edição do evento E&M. Importante ressaltar que a soma das frequências e percentuais da tabela ultrapassam as 41 respostas e o total em percentual justamente pela possibilidade de indicar mais de um motivo, entre os sugeridos na questão.

As respostas obtidas demonstram que as empreendedoras compreendem a finalidade do evento quando reconhecem que entre os principais motivos para participação estão a possibilidade de divulgar seus produtos e serviços para a comunidade que é convidada a participar dos eventos, assim como a oportunidade de conhecer outras empreendedoras locais, de modo a estabelecer conexões e fortalecer a rede de apoio e de contatos na vida de empreendedora. Este resultado, em que vender produtos e serviços não é necessariamente o objetivo prioritário da participação no E&M indica que as empreendedoras percebem o evento como maior do que um espaço de vendas, mas como uma ação que permite maior visibilidade do negócio e maiores conexões para o futuro.

Ainda, cabe salientar que todos os motivos listados, sejam de vender ou divulgar seus produtos ou serviços, fortalecer o empreendimento ou a participação nas ações de extensão, ou conhecer outras empreendedoras, receberam a indicação de mais de 73,2% das participantes, o que também reflete que o evento provoca uma série de intenções que podem servir de estímulo e suporte para a atuação como empreendedora e como mulher que participa ativamente de um grupo que tem potencial de apoio.

A aplicação da pesquisa buscou levantar a percepção das participantes quanto a possíveis resultados e impactos trazidos às empreendedoras e aos empreendimentos a partir da atuação no E&M. Os resultados e impactos indicados pelas integrantes respondentes foram muitos, e aqui podem ser sistematizados em termos de contribuição para o negócio, contribuição para a jornada empreendedora e contribuição para o desenvolvimento pessoal. Em termos de resultados para o negócio em si, as empreendedoras relataram o fortalecimento da marca, aumento da cartela de clientes, maior visibilidade da empresa e dos produtos ou serviços, reconhecimento pela qualidade do trabalho desenvolvido, indicações a outras clientes, novas encomendas, divulgação de produtos e serviços, reconhecimento da marca e parcerias.

Quanto à contribuição relacionada à jornada empreendedora, foram citados aprendizados em termos de processos e metodologias de trabalho, troca de experiências, o reconhecimento em termos de autoimagem com empreendedora, novas ideias quanto à conciliação dos papéis, relacionando trabalho e vida pessoal, indicações de novos caminhos no empreendedorismo, apoio, além de ser uma oportunidade de se desafiar na apresentação do negócio e no posicionamento como empreendedora. Já em relação ao desenvolvimento pessoal, os relatos indicam a criação e fortalecimento de laços de amizade, o desafio de buscar melhor organização do tempo, vínculo com outras mulheres, apoio e a oportunidade de socializar além do círculo familiar.

Para uma compreensão mais clara, as participantes foram convidadas a responder sobre resultados mais específicos, em termos de captação de novos clientes, efetivação de vendas durante o evento e após o evento, a realização de alguma compra de uma outra empreendedora durante o evento e a possível construção de parceria com outras empreendedoras em função da participação no E&M. Os resultados são indicados na Tabela 5.

Tabela 5 - Resultados da participação no E&M

Variável	Categorias	Frequência	Percentual
Captação novos clientes no E&M	Sim	30	73,2
	Não	11	26,8
Vendas durante o E&M	Sim	27	65,9
	Não	14	34,1
Vendas após o E&M	Sim	33	80,5
	Não	8	19,5
Compras durante ou depois do E&M	Sim	39	95,1
	Não	2	4,9
Parceria e conexão relacionado ao E&M	Sim	24	58,5
	Não	17	41,5
	Total	**41**	**100,0**

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Apesar das vendas não serem a principal finalidade da realização do E&M, é notável que elas acontecem de forma natural durante e após os eventos. Entre as participantes, a percepção é de que 73,2% captaram novos clientes durante a atuação em um dos eventos. Em termos de venda direta, 65,9% afirmam terem realizado vendas durante o E&M e outras 80,5% efetivaram vendas após a participação no evento.

Ao mesmo tempo, chama a atenção o percentual de empreendedoras que realizaram alguma compra em função do E&M, durante ou depois do evento. Das 41 respondentes, 39 afirmam ter comprado algum produto ou serviço de uma empreendedora do projeto de extensão decorrente do E&M. Os dados acerca das vendas e das compras demonstram a importância do fortalecimento da rede de relacionamentos e da rede de apoio entre empreendedoras, a criação de um ecossistema que possibilita maior visibilidade aos empreendimentos e às mulheres à frente deles, e os resultados possíveis a partir disso.

Um ponto ainda a ser melhor desenvolvido é o resultado em termos de parceria e conexão com outras empreendedoras. Embora seja um dos maiores objetivos da realização E&M, a concretização de parcerias constitui-se ainda como um dos maiores desafios entre as empreendedoras. Entre as possíveis justificativas para isso está a dificuldade em visualizar parcerias simples, de baixo custo e com grau de envolvimento adequado à realidade das empreendedoras, que em geral empreendem em meio a compromissos e responsabilidades

domésticas e familiares, e acabam por não aproveitar oportunidades de conexão disponíveis a elas pela participação em ações como o E&M.

Questionadas sobre o interesse em participar de uma nova edição do E&M no futuro, das 41 empreendedoras participantes, 40 responderam afirmativamente, indicando o interesse e a intenção em voltar a expor seu negócio em um novo evento. Ainda, perguntadas sobre a possibilidade de indicarem a outras empreendedoras para que participem de um E&M, todas as 41 respondentes afirmaram que indicariam a participação no evento.

Finalizando os resultados, foi solicitado às participantes que atribuíssem uma nota de 1 a 10 para três aspectos relacionados ao E&M: a organização do evento, o networking realizado e uma nota geral para a ação (Tabela 6).

Tabela 6 - Nota atribuída ao E&M

Variável	Categorias	Frequência	Percentual	Média
Organização do evento	Nota de 1 a 7	0	0,0	
	Nota 8	2	4,9	
	Nota 9	8	19,5	
	Nota 10	31	75,6	**9,71**
Networking realizado	Nota de 1 a 4	0	0,0	
	Nota 5	1	2,4	
	Nota 6	1	2,4	
	Nota 7	1	2,4	
	Nota 8	5	12,2	
	Nota 9	6	14,6	
	Nota 10	27	65,9	**9,32**
Nota geral do E&M	Nota 1	1	2,4	
	Nota de 2 a 7	0	0	
	Nota 8	1	2,4	
	Nota 9	8	19,5	
	Nota 10	31	75,6	**9,54**
	Total	**41**	**100,0**	

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Os dados apresentados na Tabela 6 indicam uma avaliação bastante positiva quanto aos três aspectos analisados. As respondentes atribuem uma média no valor de 9,32 para o networking realizado no E&M e a média de 9,71 para a organização do evento. Ainda, uma nota geral com média 9,54 ao evento e a ação de extensão E&M como um todo, o que indica a aprovação, a aceitação e a consolidação do evento como parte do fortalecimento do empreendedorismo feminino junto ao Projeto de Extensão.

CONCLUSÃO

A extensão universitária é reconhecida pela capacidade de promover a interação entre universidade e sociedade de maneira transformadora (Gadotti, 2017), proporcionando a articulação, na prática, dos conhecimentos acadêmicos, por meio de docentes, pessoal do corpo técnico e discentes, perante a sociedade e suas demandas. Neste artigo, a atenção foi voltada especialmente a uma iniciativa relacionada ao empreendedorismo feminino, buscando atender ao ODS 5 Igualdade de Gênero e oferecer suporte e apoio a mulheres que atuam no

empreendedorismo como alternativa profissional, de sustento, de independência financeira e de realização.

Partindo das ações desenvolvidas pelo Projeto de Extensão Era Rede Que Me Faltava no Empreendedorismo Feminino, vinculado à UFSM, buscou-se identificar junto a um grupo de empreendedoras a percepção quanto a resultados obtidos e impactos decorrentes da participação no Empreende e Mostra, um evento que oportuniza a divulgação de produtos e serviços, aberto ao público, com frequência bimestral.

Os resultados mostraram que a participação no evento ampliou a visibilidade dos negócios, possibilitou a captação de novos clientes, trouxe aumento nas vendas e o estabelecimento de conexões e parcerias com outras empreendedoras. Os relatos incluem a satisfação em participar de um ambiente de trocas que é também desafiador, por exigir das empreendedoras um posicionamento claro sobre o negócio, habilidades de comunicação e relação interpessoal em um ambiente diferente do natural de trabalho, além de trocas de ideias, incentivos e informações sobre os empreendimentos e a gestão dos mesmos.

Pelo reconhecimento da captação de novos clientes e das vendas realizadas durante o evento e também posterior a ele, foi possível identificar impactos reais sobre os faturamentos e os resultados financeiros nos empreendimentos envolvidos, mas, acima de tudo, a pesquisa foi capaz de verificar a importância da criação e do fortalecimento de uma rede de apoio no empreendedorismo feminino, com amizades e parcerias estabelecidas para além dos negócios envolvidos.

Este estudo revela, por meio de pesquisa acadêmica, a importância da extensão universitária junto ao público de mulheres empreendedoras na região central de Santa Maria – RS, assim como reforça o potencial de aplicação e ampliação de ações que visem o aprimoramento da gestão de negócios femininos. Cabe reforçar que as ações extensionistas desenvolvidas pelo Projeto analisado são totalmente gratuitas, com acesso aberto à comunidade interessada. Para concluir, sugere-se a realização de avaliações e acompanhamentos frequentes de resultados das ações de extensão do Projeto estudado, não apenas do Empreende e Mostra, mas das demais atividades relacionadas ao projeto.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, M. N.; CAMPOS, D. C. **Metodologias de pesquisa em ciências**: análises quantitativa e qualitativa. Rio de Janeiro: LTC, 2018.

BORGES, A. F.; ENOQUE, A. G. Pesquisa em empreendedorismo: a produção científica francófona em perspectiva. **Cad. EBAPE.BR**., v. 18, n. 4, 2020. Disponível em: https://www.scielo.br/j/cebape/a/54kS97wKQPK9VGWhTsp3q6h/. Acesso em: 16 de setembro de 2025.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018.** Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 19 dez. 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2018.

FLICK, U. **Introdução à metodologia da pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2012.

GADOTTI, M. **Extensão universitária**: para quê. Instituto Paulo Freire, v. 15, p. 1-18, 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. **GEM**: Empreendedorismo no Brasil 2024 - Relatório Executivo. 2024.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

ONU – Organização das Nações Unidas. **Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 Igualdade de gênero**. 2025. Disponível em: https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/5. Acesso em: 02 set. 2025.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2011.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

Este trabalho de acesso aberto está licenciado sob Creative Commons - Atribuição (CC BY 4.0).