

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC ANTÔNIO FURLAN BARUERI
CURSO DO ENSINO MÉDIO INTEGRADO À ADMINISTRAÇÃO

ANA BEATRIZ ALVES PINHEIRO
HELOISA DE ALMEIDA SOUZA
JÚLIA OLIVEIRA PAES
MILENA VELOSO DOS SANTOS

HUBS DE INOVAÇÃO NO EMPREENDEDORISMO FEMININO

O Papel Dos *Hubs* De Inovação No Empreendedorismo Feminino Na Região
Periférica De Carapicuíba

Barueri/SP

2025

ANA BEATRIZ ALVES PINHEIRO

HELOISA DE ALMEIDA SOUZA

JÚLIA OLIVEIRA PAES

MILENA VELOSO DOS SANTOS

HUBS DE INOVAÇÃO NO EMPREENDEDORISMO FEMININO

O Papel Dos *Hubs* De Inovação No Empreendedorismo Feminino Na Região
Periférica De Carapicuíba

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao curso técnico em
administração da Etec Antônio Furlan,
orientado pelas professoras Roseli de
Paula Lopez e Ana Paula de Almeida
Sinha dos Santos, como requisito
parcial para obtenção do título de
técnico em administração.

Barueri/SP

2025

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo difundir os *hubs* de inovação para o fortalecimento do empreendedorismo feminino na região periférica de Carapicuíba. Esses *hubs* funcionam como ambientes colaborativos que conectam empresas, startups, investidores e instituições de ensino, oferecendo recursos essenciais como capacitação, networking e suporte técnico. No entanto, embora esses espaços promovam o desenvolvimento de soluções inovadoras, a centralização e a falta de estratégias eficazes de disseminação dificultam o acesso das mulheres, especialmente aquelas em regiões periféricas, a essas oportunidades. A pesquisa identificou como os *hubs* podem apoiar mulheres empreendedoras, ampliando suas redes de contato e fortalecendo seus negócios. Além disso, investiga as principais barreiras enfrentadas pelas mulheres periféricas para ingressar nesses espaços e analisa a aplicabilidade de *hubs* de inovação. A metodologia utilizada é descritiva e exploratória, com estudo de caso na empresa Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas (SEBRAE) e pesquisa de campo na região de Carapicuíba. A pesquisa se justifica pela relevância social e econômica do tema, com potencial para gerar impactos positivos na inclusão social, fortalecimento da economia local e promoção de soluções inovadoras.

Palavras Chave: *Hub* de inovação, Empreendedorismo Feminino, Periferia.

ABSTRACT

This study aims to promote innovation hubs to strengthen female entrepreneurship in the peripheral region of Carapicuíba. These hubs serve as collaborative environments that connect businesses, startups, investors, and educational institutions, offering essential resources such as training, networking, and technical support. However, despite fostering the development of innovative solutions, centralization and the lack of effective dissemination strategies hinder access for women, particularly those in peripheral areas, to these opportunities. The research identified how hubs can support female entrepreneurs by expanding their networks and strengthening their businesses. Furthermore, it investigates the main barriers faced by women in peripheral areas in accessing these spaces and analyzes the applicability of innovation hubs. The methodology used is descriptive and exploratory, with a case study of the Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE) and field research in the Carapicuíba region. The study is justified by the social and economic relevance of the topic, with the potential to generate positive impacts on social inclusion, the strengthening of the local economy, and the promotion of innovative solutions.

Keywords: Innovation Hub, Female Entrepreneurship, Periphery.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALIs – Agentes Locais de Inovação

CREA/RJ - Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Rio de Janeiro

ELI – Ecossistemas Locais de Inovação

ELIs - Ecossistemas Locais de Inovação

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

MEI – Microempreendedor Individual

ONG – Organizações Não Governamentais

PEGN Labs - Pequenas Empresas & Grande Negócios

PIB - Produto Interno Bruto

RME- Rede Mulheres de Impacto

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Sebrae Delas – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Desenvolvendo Empreendedoras Líderes Apaixonadas pelo Sucesso

TEC Unifor – Parque Tecnológico da Universidade de Fortaleza

Unifor – Universidade de Fortaleza

LISTA DE FIGURAS E ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Estrutura do <i>Hub</i> de Inovação.....	12
--	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Problemática	10
1.2	Objetivo geral	10
1.3	Objetivos Específicos	10
1.4	Justificativa	11
1.5	Metodologia	11
2	HUBS DE INOVAÇÃO	12
2.1	Estrutura do <i>Hub</i> de inovação	12
2.2	O papel dos <i>Hubs</i> na promoção do Empreendedorismo Feminino	14
2.3	Estratégias de divulgação e acesso das Empreendedoras aos <i>Hubs</i>	15
2.4	Políticas públicas e apoio institucional aos <i>Hubs</i> de Inovação	17
3	EMPREENDEADORISMO FEMININO PERIFÉRICO	19
3.1	Regiões periféricas e desigualdade socioeconômica	21
4	OS HUBS COMO REDE DE APOIO AO EMPREENDEADORISMO FEMININO PERIFÉRICO	24
4.1	Hub DELAS	24
4.1.1	Iniciativas voltadas ao empreendedorismo feminino	25
4.1.2	Contribuição do Hub DELAS para os hubs de inovação	26
4.1.3	Desafios e oportunidades	26
4.1.4	Relevância do Hub DELAS para o fortalecimento do empreendedorismo feminino periférico	27
4.2	PretaHub	27
4.2.1	Iniciativas voltadas ao empreendedorismo feminino da PretaHub	28
4.2.2	Contribuição da PretaHub para os hubs de inovação	28
4.2.3	Desafios e oportunidades da PretaHub	29
4.2.4	Relevância da PretaHub para o fortalecimento do empreendedorismo feminino periférico	29
4.3	O papel institucional da Rede Mulheres de Impacto	30
4.3.1	Iniciativas voltadas ao empreendedorismo feminino da Rede Mulheres de Impacto	30
4.3.2	Contribuição da Rede Mulheres de Impacto para os hubs de inovação	31
4.3.3	Desafios e oportunidades da Rede Mulheres de Impacto	31
4.3.4	Relevância da Rede Mulheres de Impacto para o fortalecimento do empreendedorismo feminino periférico	32

5. PESQUISA DE CAMPO: EMPREENDEDORAS DO JARDIM ANA ESTELA	33
5.1 Identificação	33
5.2 Informações Socioeconômicas	34
5.3 Motivações para empreender e Segmento	34
5.4 Principais Desafios Enfrentados pelas empreendedoras	34
5.5 Conhecimento e Acesso a <i>Hubs</i> de Inovação	35
5.6 Acessibilidade dos <i>Hubs</i>	35
5.7 Percepções sobre Apoio Oferecido	35
5.8 Melhorias sugeridas para acesso aos <i>Hubs</i> de Inovação	36
6. ESTRATÉGIAS PARA AMPLIAR O ALCANCE DOS <i>HUBS</i>	37
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	40

1. INTRODUÇÃO

Os *hubs* de inovação surgiram como uma resposta à necessidade de criar ambientes colaborativos que impulsionem o empreendedorismo e a tecnologia. Esses espaços funcionam como locais onde empresas, startups, investidores e instituições de ensino se conectam para fomentar o desenvolvimento de soluções inovadoras. Com o avanço da tecnologia e a globalização, os *hubs* de inovação ganharam visibilidade por oferecerem suporte a empresas de base tecnológica e startups, criando um ambiente propício ao crescimento acelerado. Eles facilitam o acesso a recursos, networking e investimentos, além de promoverem a troca de conhecimento e a formação de parcerias estratégicas. Segundo Benedetti e Puccini (2021), "*hubs* de inovação são locais que reúnem empresas com grande potencial de crescimento e inovação, promovendo essas trocas essenciais para o desenvolvimento de novos negócios". No Brasil, diversas iniciativas desse tipo têm ganhado destaque, consolidando-se como pilares importantes para o desenvolvimento econômico e tecnológico do país. Grandes centros urbanos, como São Paulo e Florianópolis, já possuem *hubs* consolidados, que contribuem significativamente para o fortalecimento do ecossistema empreendedor nacional.

O empreendedorismo feminino é uma prática que vem crescendo nos últimos anos, especialmente com o fortalecimento do papel da mulher em diferentes setores da sociedade. A escassez de capacitação técnica e o isolamento de ambientes de inovação dificultam ainda mais a chance de sucesso das empreendedoras em contextos mais vulneráveis. É nesse cenário que surgem os *hubs* de inovação, que oferecem não apenas a infraestrutura necessária para o desenvolvimento dos negócios, mas também um ambiente propício para troca de experiências, materiais e suporte técnico. Ao estimular a criação de novos modelos de negócios, muitas vezes voltados para a resolução de problemas locais, esses espaços não apenas oferecem ferramentas para o sucesso empresarial, mas também possibilitam que as mulheres se tornem agentes de mudança em suas comunidades, quebrando barreiras sociais, culturais e econômicas, e contribuindo para um mercado mais justo e diversificado.

O presente trabalho tem como objetivo destacar a importância dos *hubs* de inovação, em seu papel de orientar mulheres periféricas na ampliação de seus negócios. Através desse trabalho, busou-se não apenas destacar a importância dos

hubs de inovação, mas também incentivar o engajamento das mulheres nesses espaços, de forma que elas se tornem mais visíveis no ecossistema de inovação, ampliem suas redes de contato e se fortaleçam no processo empreendedor.

1.1 Problemática

A problemática central é a enorme dificuldade de propagação dos *hubs* de inovação em Carapicuíba, o que resulta na exclusão de muitas mulheres dos benefícios oferecidos por esses espaços. A centralização desses *hubs* em áreas mais centrais da cidade, longe das periferias, gera uma barreira significativa no acesso às ferramentas, capacitações e redes de apoio que são cruciais para o desenvolvimento de negócios sustentáveis. A falta de uma estratégia eficaz de disseminação impede que informações sobre essas oportunidades cheguem até as mulheres da região, especialmente aquelas que vivem em áreas mais afastadas. Sem uma abordagem mais abrangente, a divulgação e o alcance dessas iniciativas continuam restritos a um público limitado, deixando a maior parte das mulheres sem acesso às condições necessárias para alavancar suas ideias inovadoras. A dificuldade de propagação, seja pela falta de canais de comunicação eficientes, seja pela ausência de programas que descentalizem o acesso, mantém um grande número de mulheres afastadas das possibilidades de desenvolver seus empreendimentos e conquistar sua autonomia econômica. Essa lacuna na propagação dos *hubs* de inovação impede que o potencial transformador dessas iniciativas se espalhe de forma equitativa pela cidade, limitando as oportunidades de crescimento e inovação no empreendedorismo feminino.

1.2. Objetivo geral

Difundir os *hubs* de inovação como ferramenta para potencializar os negócios de mulheres empreendedoras da região periférica de Carapicuíba.

1.3 Objetivos Específicos

- Analisar como os *hubs* de inovação podem fornecer suporte para o networking e capacitação à mulheres empreendedoras;

- Identificar as principais dificuldades enfrentadas por empreendedoras femininas periféricas para se inserirem nos *hubs* de inovação;
- Demonstrar a aplicabilidade do *hub* de inovação SEBRAE como ferramenta de superação ao isolamento profissional de mulheres empreendedoras da periferia.

1.4 Justificativa

Justifica-se a presente pesquisa "O Papel dos *Hubs* de Inovação no Empreendedorismo Feminino Periférico" através da relevância social e econômica do tema, visto que o Empreendedorismo Feminino Periférico carece de investimentos e visibilidade. Os *hubs* de inovação contribuem no networking, capacitação e investimento entre essas empreendedoras.

Além disso, o estudo do Papel dos *Hubs* de Inovação no Empreendedorismo Feminino Periférico é importante para a área de administração, pois gera promoção a inclusão social feminina, fortalecimento a economia, investimento na formação e capacitação, promoção ao acesso a tecnologias e redes de contato e gera soluções inovadoras e criativas. A pesquisa também pode contribuir significativamente para áreas como educação e economia.

Conclui-se que, dessa forma o presente TCC não só tem a intenção de avançar o conhecimento acadêmico, mas também de gerar resultados que possam ser aplicados diretamente em empreendedoras individuais e em ascensão em regiões periféricas.

1.5 Metodologia

Descritiva e exploratória, com pesquisa de campo na região periférica de Carapicuíba.

2. HUBS DE INOVAÇÃO

A contemporaneidade, em sua essência, exige a inovação como fator indispensável para a preservação da competitividade e a previsão das operações empresariais, como narra Albert Verz (2004). Tanto as instituições quanto a comunidade acadêmica têm esforços direcionados à investigação dessas especificidades, com o intuito de aprofundar a compreensão conceitual, desenvolver visões específicas e fomentar a divulgação de práticas inovadoras. Nesse cenário, os *hubs* de inovação surgem no mercado com o objetivo de viabilizar tais práticas que se tornam indispensáveis no cotidiano empresarial. A inovação, uma prática imprescindível do *hub*, é dividida em fases. Como dissertado em “The new corporate garage”, Anthony (2012) divide a evolução e o conceito de inovação em quatro eras. A primeira delas durou até 1915, é chamada de era dos inventores solitários, que levavam suas ideias às empresas e elas sempre estavam vinculadas aos seus criadores e, de certa forma, se limitavam a quem as criou. O crescimento das empresas nas décadas de 1950 e 1960 gerou um cenário muito burocrático quando se fala em inovação, porque neste momento as empresas se tornaram grandes o suficiente para a hierarquia gerar entraves. Foi nesse momento que a segunda e a terceira fase se cruzam, amparada pelo crescente capital de risco, que pressionou a inovação a acontecer mais rápido por conta das expectativas de desempenho em curto prazo. A quarta era, por fim, caracteriza-se pela hiperconectividade entre empresas e pela velocidade com que as inovações são concebidas e inovadoras, onde surge de forma crescente os *hubs* de inovação, que por sua vez, tem o objetivo de criar espaços que proporcione essa correlação de ideia e inovação. Nesse contexto, observa-se uma intensificação no surgimento de ideias e soluções criativas, acompanhada por uma pressão crescente sobre as organizações, que precisam lidar com imitadores e com a escassez de talentos adquiridos.

Diante disso, torna-se essencial que as empresas se reestruturam continuamente, a fim de manterem sua competitividade em um ambiente caracterizado pela agilidade, volatilidade e dinamicidade.

2.1. Estrutura do *Hub* de inovação

O'hare (2008) define *hub* de inovação como uma parte da estrutura de uma empresa onde colaboradores se dedicam à 'inovação radical', onde é possível que uma equipe se dedique exclusivamente aos processos de inovação, sem comprometer a rotina da organização. Já Toivonen e Friederici (2015) caracterizam os *hubs* de inovação como espaços com empreendedores individuais que constroem uma comunidade colaborativa, coabitado por membros com conhecimentos heterogêneos, facilitando a criatividade e colaboração no espaço físico e digital, reunindo uma cultura empreendedora global. Tais espaços “[...] são formados por uma seleção dos residentes que estimula as conexões e a geração de negócios.” (Puccini; Benedetti 2021 em Rodrigues, 2018). A estrutura proposta por Launonen e Viitanen (2011) descreve o funcionamento de um *hub* de inovação, que atua como o núcleo articulador de um ecossistema regional de inovação. Essa estrutura orienta como os diferentes elementos — como políticas públicas, infraestrutura, educação, pesquisa, incubadoras, startups e grandes empresas — devem ser planejados e gerenciados de forma coordenada e integrada.

Figura 1- estrutura do *Hub* de Inovação



Fonte: Pirâmide adaptada.Viitanen; Launonen, 2011.

O *hub* de inovação funciona como uma plataforma de conexão entre os setores público e privado, promovendo interações estratégicas, colaboração intersetorial e o compartilhamento de conhecimento. Ele atua articulando os diversos níveis do ecossistema para transformar potencial inovador em resultados concretos, ajudando a alinhar interesses diversos em torno de objetivos comuns (Teixeira; Trzeciak; Varvakis 2017). Puccini e Benedetti (2021) afirmam que o maior benefício do *hub* de inovação é o de se mostrar como um local propício para o aumento de redes de contato, ajudando na criação de modelos de negócios mais rentáveis a partir dessas conexões, além de permitir um espaço de inovação aberta. Sendo assim, com a criação do *hub*, é possível colaborar para alcançar a prosperidade de pequenas e médias empresas que lidam com a falta de recursos e visibilidade em seus negócios.

2.2. O papel dos *Hubs* na promoção do Empreendedorismo Feminino

Os *hubs* de inovação empenham um papel fundamental no empreendedorismo feminino, agindo como dinamizador da transformação social e econômica, além de promover a cooperação entre as mulheres empreendedoras. Esse cooperativismo nos *hubs* implica na conexão de indivíduos, empresas e instituições em busca de uma inovação ou transformação em comum. Dessas conexões são geradas ideias, novos olhares, experiências, acesso a investidores, desenvolvimento de habilidades técnicas, acesso a projetos de capacitação e redes de contato, que se focadas na diversidade reduzem barreiras sociais e culturais. (Sebrae, 2023)

De acordo com Sebrae (2021, p.3) sobre o impacto social e econômico da promoção da igualdade de condições de trabalho:

Segundo estudo do McKinsey *Global Institute*, a promoção da igualdade de condições de trabalho promoveria um incremento de cerca de 30% do produto interno bruto (PIB) brasileiro. Portanto, existe uma correlação positiva entre maior produtividade econômica da mulher, principalmente empresárias, e o crescimento econômico de um país. Mulheres geram emprego e oportunidades para outras mulheres fomentando uma rede de aprendizado e crescimento.

O papel dos *hubs* de inovação no empreendedorismo feminino é justamente promover igualdade de condições de trabalho, aumentando a probabilidade de sucesso de ideias e negócios liderados por mulheres.

PEGN Labs realizou um evento digital entre nomes importantes do setor de inovação, onde Fontes (2022) constatou:

RME tem recebido um grande número de empreendedoras em busca de informação e auxílio nos últimos dois anos, e que boa parte delas optaram por ter um negócio próprio por necessidade, após serem demitidas de seus empregos. Isso tem fomentado a criação de grupos de apoio e de trocas de informações, mas ainda não é o suficiente. “O caminho do empreendedorismo não é simples, é cheio de desafios, e é ainda mais difícil para mulheres, mas quando se tem redes e políticas públicas que ajudam, se torna menos complicado”, diz.

Diante de um cenário de necessidade, buscar por um *hub* é uma solução estratégica para aquelas empreendedoras que buscam investidores e o desenvolvimento de suas habilidades técnicas. Os *hubs* de inovação não apenas catalisam o desenvolvimento e criação de startups ou novas ideias, mas também atraem investidores globais em busca de oportunidades promissoras e estabelecem parcerias estratégicas.

Além do acesso a investidores estratégicos para seus negócios, os *hubs* promovem a interação entre diferentes setores, gerando oportunidades únicas para a colaboração de empresas já estabelecidas e empreendedoras ainda em ascensão. Essa interconexão cria um ambiente propício a fusão de conhecimento e criação de soluções inovadoras. (Bhering, 2023)

Um dos principais recursos oferecidos é o acesso a conhecimento especializados, os *hubs* propiciam um ambiente com especialistas em diversas áreas, otimizando o processo de implementação de soluções inovadoras. (Sebrae, 2023)

2.3. Estratégias de divulgação e acesso das Empreendedoras aos Hubs

Os *Hubs* de Inovação estimulam a interação entre diversos atores de um ecossistema de inovação, tendo como objetivo principal favorecer o *networking* e a conexão para gerar negócios inovadores. Estes ambientes não se limitam apenas a espaços físicos, podem acontecer em plataformas virtuais, conectando instituições e ideias independentemente da localização.

Entretanto, para empreendedoras periféricas podem se tornar ambientes de difícil inserção, por isso, são necessárias estratégias sistemáticas para a divulgação desses *hubs* onde a desigualdade social é presente e visível. (Cerqueira, s.d.)

De acordo com (Bispo, s.d.) coordenadora de Nova Economia e Desenvolvimento Territorial da Fundação Tide Setubal, a inovação em regiões periféricas se orienta da seguinte forma:

A inovação nos territórios periféricos tem diferentes linhas. Vai desde a adaptação de produtos e serviços que circulam para o acesso das pessoas a até a possibilidade da formulação de empreendimentos para solucionar as suas questões.

O principal atrativo de um *hub* de inovação são as conexões que ele pode proporcionar para seu negócio, pois são considerados um ponto de encontro não só de *startups* e empresas, como também para investidores, universidades, instituições de fomento, ONGs, entre outros. Com base nisso uma forte estratégia de interação entre empreendedoras periféricas e os *hubs* são as ONGs e coletivos locais.

O *Impact Hub*, uma rede global de empreendedores que impulsionam a economia de impacto, demonstra como as parcerias entre *hubs* e ONGs facilitam a divulgação e aumentam a confiança das empreendedoras locais:

Fortalecemos os Ecossistemas Locais de Inovação ao redor do Brasil a partir da gestão de comunidades. Nossa atuação ocorre promovendo encontros de capacitação e troca de conhecimento entre os Agentes Locais de Inovação ao redor do país; desenvolvendo materiais educativos, criando e aplicando metodologias que visam o aumento do nível de maturidade dos ecossistemas; pesquisando, analisando, reunindo e divulgando relatórios de inteligência regionais e setoriais estratégicos para os ELIs e ALIs. Assim, desenvolvendo os territórios inovadores brasileiros a partir da construção de senso de pertencimento e capacitação de quem atua na ponta. (*Impact Hub*, s.d.)

Eventos de Conexões e Parcerias também têm um papel fundamental em atrair empreendedoras para os *hubs*. Nos últimos anos a representatividade feminina no mercado de inovação ter crescido, parte disso se deve à eventos de conexões que promovem curiosidade em outras mulheres sobre o mundo das inovações, auxiliando o crescimento desses números. (Guerra, 2024)

Em um evento realizado dia 12 de Dezembro de 2024 pelo Unifor *Hub* ambiente de inovação do TEC Unifor, parque tecnológico da Universidade de Fortaleza, instituição da Fundação Edson Queiroz, “Conexão Por Elas”, foi possível evidenciar o impacto de eventos que promovem essa conexão.

“O Unifor *Hub* é gente e conexão, então, nada mais propício do que criar um evento que faça de fato essa conexão acontecer. A Universidade é um ambiente mediador dessas conexões e o Unifor *Hub* é o agente. O propósito é criar um local propício para conversar uma com a outra e pensar em projetos que possam impactar positivamente a sociedade”, afirma Nathalia Bayer.

Participaram do encontro mulheres que trabalham com tecnologia e inovação no setor público, empresas privadas e instituições de ensino. A iniciativa foi

super elogiada, principalmente por fortalecer a presença feminina no ecossistema de inovação. (Unifor, 2024)

Um projeto desenvolvido e aplicado no Macapá evidencia a importância de projetos que fomentam a capacitação e empoderamento de potenciais empreendedoras em áreas marginalizadas. O projeto “Impacto Mulheres Cuidadoras – Periferia em Ação” teve como objetivo principal transformar a vida de 500 a 1000 mulheres, entre 23 e 50 anos, oferecendo-lhes ferramentas de capacitação profissional e educativa, atividades culturais e assistências psicossociais.

Projetos nesse segmento buscam destacar o poder da colaboração entre o governo e organizações não governamentais na promoção de mudanças sociais significativas, promovendo também a participação das comunidades locais, a mídia e financiadores. (Instituto Baluarte da Amazônia, s.d.)

Todas as estratégias acima são de extrema importância para o crescimento do empreendedorismo transformador dentro das periferias, mas principalmente para a promoção da participação feminina nos *hubs* mesmo em áreas marginalizadas, com difícil acesso a capacitação profissional.

2.4. Políticas públicas e apoio institucional aos *Hubs* de Inovação

Reconhecendo o empreendedorismo inovador como vetor de desenvolvimento econômico, social e ambiental, Lei da Inovação, sancionada em 2004 e posteriormente atualizada pela Lei nº 13.243/2016 (Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação), busca apresentar medidas de fomento ao ambiente de negócios e ao aumento da oferta de capital para investimento em empreendedorismo inovador. Também disciplina a licitação e a contratação de soluções inovadoras pela administração pública.

A legislação estabelece mecanismos que permitem, por exemplo, o uso compartilhado de laboratórios públicos com empresas privadas, a cessão de propriedade intelectual oriunda de pesquisas financiadas com recursos públicos, além da possibilidade de pesquisadores atuarem em projetos com empresas, sem prejuízo às suas atividades acadêmicas. Isso contribui significativamente para o fortalecimento

dos *hubs* de inovação, uma vez que facilita a integração entre os atores do ecossistema — governo, empresas, universidades e sociedade.

Outro ponto de destaque é o incentivo à criação de ambientes promotores de inovação, como incubadoras, parques tecnológicos e os próprios *hubs*. A lei autoriza o poder público a apoiar financeiramente essas estruturas, seja por meio de editais, concessão de bolsas, infraestrutura ou subvenção econômica, como descreve Paulo Penna (2021).

Além das diretrizes estabelecidas em nível federal, diversas unidades federativas brasileiras têm implementado políticas públicas específicas voltadas ao fortalecimento dos *hubs* de inovação em seus territórios. Em São Paulo, o papel da FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) é central na promoção de programas como o PIPE (Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas), que apoia startups e empresas emergentes no desenvolvimento de produtos e processos inovadores. “Apoiar a pesquisa em ciência e tecnologia como instrumento para promover a inovação tecnológica, promover o desenvolvimento empresarial e aumentar a competitividade das pequenas empresas. é nosso principal objetivo dentro do PIPE” diretor científico FAPESP é Carlos Henrique de Brito Cruz (2022)

Em Pernambuco, o Porto Digital, localizado no Recife, é um dos principais exemplos de sucesso em política pública voltada à inovação urbana. Criado com apoio do governo estadual e municipal, o *hub* reúne empresas de tecnologia da informação, comunicação e economia criativa, além de centros de pesquisa e formação como disserta Silvio fundador do Porto Digital (2022). O ambiente é sustentado por uma combinação de incentivos fiscais, investimentos em infraestrutura e apoio institucional que exemplificam a eficácia de uma política pública bem coordenada e de longo prazo.

Essas iniciativas descentralizadas evidenciam que o fortalecimento dos *hubs* de inovação políticas públicas regionais bem estruturadas, capazes de estimular empreendedores locais, alavancando microempreendedores que necessitam desses amparos.

3. EMPREENDEDORISMO FEMININO PERIFÉRICO

Ao longo dos anos o termo empreendedorismo tomou diversas formas. No início, empreendedor era definido como intermediário, pois era aquele que intermediava as transações de negócio; na Idade Média, se definia empreendedor aquele que participava e/ou administrava grandes projetos de produção. Sobre a definição do termo empreendedorismo:

O desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo. A palavra *entrepreneur* é francesa e, literalmente traduzida, significa aquele que está entre ou intermediário. (Hirich et al., 2009, p.27).

O conceito de empreendedor vem sendo discutido desde a Idade Média. No entanto, somente a partir do século XX que o empreendedorismo ganhou mais atenção, por meio das diversas abordagens no qual é representado. No final do século XIX e no início do século XX, “a definição do empreendedor passou a ser vista por perspectiva econômica, sendo agora identificado como propulsor da economia e geração de renda pela criação de negócios inovadores.” (DORNELAS, 2012).

Porém, o empreendedorismo não tem relação apenas com o desenvolvimento de negócios para geração de renda. O campo de estudo do empreendedorismo é longo e complexo, não existe teoria absoluta que defina o empreendedor em sua totalidade, ele pode estar presente em vários campos do conhecimento, como psicologia, artes, física, sociologia, economia, etc. (BAGGIO et al., 2014). Com outra visão, “podemos entender como empreendedor aquele que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo e parte para a ação.” (SEBRAE, 2023).

O perfil de um empreendedor não é relacionado apenas com as pessoas que abrem seu próprio negócio, esse perfil está presente em qualquer profissional que tenha uma postura mirrada na determinação, coragem e inovação. “O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. (CHIAVENATO, 2005, pág. 3).

Atualmente é observado uma grande presença feminina nos ambientes de trabalho. Um forte impulsionador da entrada da mulher no mercado de trabalho deu-

se no século XX, com as 1ª e 2ª Guerras Mundiais (1914 – 1918 e 1939 – 1945, respectivamente). Por conta da ausência dos homens enviados para combate e consequentemente a quantidade de homens mortos durante a guerra, foi inevitável a contratação de mulheres para funções que antes eram exercidas apenas por homens, resultando em mais espaço para as mulheres no mercado de trabalho. Nesse período, também nascem os primeiros movimentos feministas. As mulheres começaram uma luta organizada por seus direitos e pela igualdade de oportunidades no trabalho.

A partir desse ponto, o termo empreendedorismo feminino começou a ser utilizado e reconhecido. Ele diz respeito à prática das mulheres em iniciar, liderar e gerenciar negócios, envolve a criação e operação das empresas por mulheres, visando alcançar independência financeira, contribuir para o desenvolvimento econômico e social e promover a igualdade de gênero.

A presença feminina nos diversos setores da economia também vem se expandindo no mercado próspero do empreendedorismo, resultado benéfico da quebra de paradigmas sociais pelas mulheres ao longo dos anos, em diversos ramos. No entanto, a presença dessas mulheres nas mais variadas formas de atividade empreendedora é bem menor em relação aos homens, e essa afirmativa é relacionada ao mundo todo. (Jennings e Brush, 2013).

De acordo com Sullivan e Meek (2012), as justificativas utilizadas por homens e mulheres para abrir seus próprios negócios são semelhantes, mas, para as mulheres, o ato de empreender não está relacionado apenas a uma conquista econômica ou cumprimento de meta, a autorrealização, o crescimento pessoal e profissional, são fatores relevantes para essas empreendedoras. Com isso, são mais propícias a desenvolver melhores qualidades empreendedoras, como ser realista, resiliente, ter criatividade e paixão no que faz. Já as características de empreendedores homens estariam mais associadas ao poder de convencimento, iniciativa, visão estratégica e foco.

Fato é que as mulheres tendem a enfrentar maiores desafios para empreender do que os homens, o qual é originado historicamente, desde a relação trabalho-família até a sua atuação dentro do mercado de trabalho. No Brasil, o empreendedorismo feminino tem ganhado destaque nos últimos anos, ainda com as dificuldades enfrentadas para iniciar uma atividade empreendedora, decorrente de preconceitos

tanto da sociedade como no meio empreendedor. Algumas dificuldades do ato empreendedor das mulheres, muitas das vezes acaba gerando experiências negativas, envolvendo, por exemplo, sentimento de incapacidade, sentimento de culpa, e tensões decorrentes do papel tradicional das mulheres na sociedade, dentre outros.

Com foco no âmbito empresarial, um estudo realizado pelo Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil, apontou que 95% dos negócios liderados por mulheres nunca ultrapassaram a barreira de seis dígitos em faturamento. Esse desafio se dá pela dificuldade ao acesso a crédito, ao rendimento desigual, à dupla jornada enfrentada por mulheres e também à desigualdade racial no mercado. A falta de apoio dos parceiros de mercado, a influência da maternidade no ato de empreender, a sobrecarga de responsabilidades da mulher, o sacrifício do tempo pessoal e o preconceito de gênero enfrentado pelas mulheres também são exemplos de desafios para as empreendedoras femininas brasileiras.

3.1. Regiões periféricas e desigualdade socioeconômica

As regiões periféricas das grandes cidades brasileiras, como Carapicuíba, são marcadas por profundas desigualdades socioeconômicas que se manifestam em aspectos variados da vida cotidiana, incluindo o acesso limitado a serviços públicos de qualidade, educação, saúde e oportunidades econômicas. Segundo Milton Santos (2000), “a periferia é o lugar onde se manifesta, com mais clareza, a desigualdade social e a ausência do Estado”, demonstrando como esses territórios são sistematicamente marginalizados no contexto urbano. Essa marginalização tem raízes históricas que remontam aos processos de segregação espacial nas cidades brasileiras, onde populações de baixa renda foram deslocadas para as bordas urbanas, distantes dos centros econômicos e sociais (Lefebvre, 1968).

Em Carapicuíba, município da Região Metropolitana de São Paulo, essa realidade não é diferente. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) indicam que a cidade possui uma das maiores densidades demográficas da região, com cerca de 398 mil habitantes distribuídos em uma área de 34,5 km² (IBGE, 2024). O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) da cidade é de 0,749, considerado médio, refletindo as condições socioeconômicas heterogêneas que

permeiam o território. Além disso, o acesso precário a saneamento básico, transporte público e infraestrutura urbana limita o desenvolvimento socioeconômico local (IBGE, 2024).

As periferias, como as de Carapicuíba, também apresentam um potencial econômico muitas vezes negligenciado. Pesquisa recente do Data Favela (2023) aponta que moradores das periferias e favelas brasileiras movimentam anualmente mais de R\$ 200 bilhões, evidenciando a força e relevância econômica dessas comunidades. Ademais, a maioria das famílias periféricas é chefiada por mulheres, que desempenham um papel central na dinâmica econômica e social dessas regiões (Data Favela, 2023). Esse protagonismo feminino é reforçado por estudos do Instituto Locomotiva, que revelam que 60% dos empreendimentos nas favelas são liderados por mulheres, predominantemente jovens e negras (Instituto Locomotiva, 2023).

Contudo, as mulheres empreendedoras nas periferias enfrentam uma série de desafios que vão além da simples gestão do negócio. Barreiras estruturais relacionadas ao acesso a crédito, capacitação, preconceito de gênero e responsabilidades domésticas tornam o ambiente empreendedor um espaço de resistência e superação (Sebrae, 2024). Conforme destacado pelo Sebrae, “as empreendedoras periféricas são inovadoras e resilientes, mas enfrentam barreiras estruturais agravadas pela desigualdade de gênero, cor e classe social” (Sebrae, 2024).

O conceito de *hubs* de inovação tem ganhado destaque como uma estratégia fundamental para apoiar e potencializar o empreendedorismo feminino nas periferias. Esses espaços promovem a integração de recursos tecnológicos, capacitação técnica, mentoria e networking, fortalecendo a capacidade competitiva das empreendedoras. Segundo Rolnik (2015), políticas urbanas que valorizam a participação cidadã e a apropriação do espaço público podem ser ferramentas eficazes para reduzir desigualdades e fomentar o desenvolvimento local. Nesse sentido, os *hubs* de inovação surgem como pontos de convergência para a construção de redes colaborativas e estímulo ao empreendedorismo inclusivo.

Em Carapicuíba, a implantação de *hubs* de inovação pode ser um diferencial para ampliar a inclusão social e econômica das mulheres periféricas. Essas iniciativas possibilitam o acesso a conhecimentos técnicos e mercadológicos, acesso a

financiamentos e interlocução com políticas públicas e privadas que promovem a igualdade de gênero no ambiente empresarial. Segundo Adorno (2020), a violência urbana e a exclusão social nas periferias afetam diretamente as oportunidades econômicas, reforçando a importância de ambientes seguros e estruturados para o desenvolvimento dos empreendimentos locais.

Além disso, Povinelli (2002) destaca a importância do reconhecimento cultural e social das comunidades periféricas para que políticas efetivas de inclusão e desenvolvimento sejam implementadas. Essa perspectiva é fundamental para a criação de *hubs* de inovação que respeitem e valorizem a diversidade cultural e os saberes locais, fortalecendo as identidades e empoderando as mulheres empreendedoras de Carapicuíba.

Os benefícios dos *hubs* de inovação vão além do empreendedorismo. Eles podem atuar como espaços de resistência cultural, de promoção da igualdade e de construção coletiva de soluções para os problemas locais. Segundo Lefebvre (1968), a luta pelo direito à cidade implica também na reivindicação por espaços que atendam às necessidades das populações marginalizadas e promovam a justiça social.

Portanto, a convergência entre o contexto das periferias brasileiras, o protagonismo das mulheres empreendedoras e o papel estratégico dos *hubs* de inovação representa uma oportunidade concreta para transformar a realidade de cidades como Carapicuíba. Investir nesses espaços significa apostar no desenvolvimento sustentável, na equidade de gênero e na inclusão social, promovendo um ciclo virtuoso de crescimento econômico e fortalecimento comunitário.

4. OS HUBS COMO REDE DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO FEMININO PERIFÉRICO

Nos contextos periféricos brasileiros, o empreendedorismo feminino tem se destacado como uma força econômica e social crescente, ainda que marcado por inúmeros desafios. Os hubs de inovação surgem como respostas estratégicas a essa realidade, oferecendo não apenas suporte técnico e capacitação, mas também um espaço de valorização das trajetórias, saberes e vivências das mulheres empreendedoras.

Esses ambientes colaborativos funcionam como redes de apoio que fortalecem a autoestima, a liderança e a autonomia financeira das mulheres, criando laços de solidariedade e de aprendizado coletivo que contribuem diretamente para a transformação social e econômica das comunidades periféricas.

4.1. Hub DELAS

O Hub DELAS, concebido pelo Sebrae, é um espaço voltado para a conexão, fortalecimento e inspiração de mulheres empreendedoras, com foco especial naquelas que vivem nas periferias da Grande São Paulo. Mais do que um centro de capacitação, o Hub se consolidou como um ambiente de escuta ativa e acolhimento, em que as mulheres compartilham experiências, trocam conhecimentos e constroem caminhos conjuntos rumo à autonomia financeira e à liberdade econômica.

Em apenas dois anos de atividade, o Hub beneficiou mais de cinco mil mulheres, consolidando uma rede colaborativa robusta que evidencia o compromisso do Sebrae com o protagonismo feminino e a ampliação do acesso a oportunidades de desenvolvimento profissional. Para ampliar esse alcance, o Sebrae lançou em 2025 o programa Sebrae Delas – Desenvolvendo Empreendedoras Líderes Apaixonadas pelo Sucesso, uma iniciativa estratégica que oferece apoio completo a mulheres que desejam iniciar ou fortalecer seus negócios. O programa enfatiza o desenvolvimento de competências, atitudes e habilidades essenciais à sustentabilidade dos empreendimentos femininos. Além da capacitação técnica e da formação em gestão,

o Sebrae Delas incentiva o fortalecimento pessoal e profissional, promovendo a autoconfiança, a liderança e a construção de redes de apoio mútuo. O Sebrae destaca que o programa “valoriza histórias reais, potencializa resultados e transforma vidas”, reforçando a importância do reconhecimento das trajetórias individuais e coletivas.

Adicionalmente, o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, criado em 2004, reconhece e homenageia mulheres que, com criatividade e resiliência, superam obstáculos e promovem impacto social. A premiação contempla três categorias — Microempreendedora Individual (MEI), Pequenos Negócios e Produtora Rural —, revelando a diversidade das práticas empreendedoras femininas no Brasil.

4.1.1. Iniciativas voltadas ao empreendedorismo feminino

O Sebrae Delas oferece cursos intensivos e oficinas voltadas ao crescimento pessoal e técnico das participantes. Durante cinco dias, as mulheres são conduzidas por um processo de autoconhecimento, fortalecimento da autoestima, comunicação assertiva e liderança, por meio de eventos presenciais e virtuais. Esse percurso estimula reflexões profundas sobre identidade, competências e os desafios de empreender em um contexto social ainda marcado por desigualdades de gênero.

As ações promovidas pelo Hub DELAS fortalecem não apenas o aspecto profissional, mas também o apoio emocional, a visibilidade e a independência econômica das mulheres.

Os cursos abordam temas como gestão, finanças, marketing digital e inovação social, aplicando metodologias práticas adaptadas às realidades locais. Oficinas, mentorias e rodas de conversa são organizadas para incentivar a liderança coletiva e a valorização das experiências únicas de cada empreendedora.

Como resultado, negócios informais têm se transformado em empreendimentos estruturados e sustentáveis, fortalecendo as economias locais e gerando modelos inspiradores de sucesso feminino. Entre as principais iniciativas estão as feiras colaborativas, as mentorias personalizadas e os encontros em rede, que estimulam conexões entre mulheres de trajetórias distintas, mas unidas por sonhos semelhantes.

No Hub DELAS, cada conquista é celebrada coletivamente, reforçando a ideia de que o sucesso de uma representa a vitória de todas.

4.1.2. Contribuição do Hub DELAS para os hubs de inovação

O modelo implementado pelo Hub DELAS tem servido como referência para a criação e aprimoramento de outros hubs de inovação social no Brasil. Sua metodologia, centrada na escuta ativa, na valorização da diversidade e na integração entre capacitação técnica e empoderamento pessoal, demonstra que o empreendedorismo feminino pode ser um poderoso agente de transformação comunitária.

A experiência do Hub tem inspirado políticas públicas e iniciativas privadas voltadas à formação de ecossistemas colaborativos, nos quais a inovação é aliada à inclusão social. A expansão para novas cidades e regiões periféricas reforça o papel do Sebrae como articulador de redes que promovem o desenvolvimento sustentável e o protagonismo das mulheres nos territórios em que atuam.

4.1.3. Desafios e oportunidades

Apesar dos avanços, o Hub DELAS enfrenta desafios estruturais que ainda limitam seu alcance e impacto. Entre eles, destacam-se o acesso restrito a crédito, as dificuldades de mobilidade urbana nas regiões periféricas e a carência de infraestrutura tecnológica adequada para a ampliação das atividades digitais.

No entanto, a aceleração da digitalização dos processos e a expansão para cidades como Carapicuíba (SP) representam oportunidades promissoras para o fortalecimento da rede. Essas iniciativas ampliam a inclusão digital e aproximam as empreendedoras das ferramentas necessárias para a consolidação de seus negócios em um mercado cada vez mais competitivo.

4.1.4. Relevância do Hub DELAS para o fortalecimento do empreendedorismo feminino periférico

O Hub DELAS se consolida como um símbolo de inovação social e empoderamento feminino, promovendo transformações econômicas e culturais nas comunidades periféricas. Sua abordagem integrada — que une capacitação, apoio emocional e valorização das trajetórias individuais — demonstra que o empreendedorismo pode ser uma poderosa ferramenta de emancipação e inclusão.

Ao incentivar a autonomia financeira, a liderança e a solidariedade entre mulheres, o Hub contribui para a redução das desigualdades de gênero e para a construção de uma sociedade mais justa e participativa. Cada história de sucesso que emerge desse espaço reafirma o papel das mulheres como protagonistas do desenvolvimento local e como agentes fundamentais na construção de novos caminhos de liberdade e dignidade.

4.2. PretaHub

Com o objetivo de valorizar, fortalecer e impulsionar a criatividade e o empreendedorismo da população negra periférica, com foco especial nas mulheres negras, foi fundada a PretaHub. Esta iniciativa, criada por Adriana Barbosa, idealizadora da Feira Preta — o maior evento de cultura negra da América Latina —, estabelece um ecossistema que fomenta a capacitação, oportunidades e senso de pertencimento.

Além de ser um local para aprendizado técnico, a PretaHub se estabelece como um espaço de acolhimento e afirmação da identidade, convidando cada mulher a valorizar sua própria história, seus conhecimentos ancestrais e sua construção social. Nesse cenário, o empreendedorismo é visto como uma ação política e uma ferramenta de emancipação social, permitindo a superação de obstáculos estruturais e a mudança coletiva de realidades.

4.2.1. Iniciativas voltadas ao empreendedorismo feminino da PretaHub

A PretaHub impulsiona negócios nos segmentos de moda, gastronomia, beleza, artesanato e economia criativa por meio de capacitações técnicas, orientações personalizadas e laboratórios criativos. Além de oferecer capacitação, a iniciativa proporciona redes de apoio e visibilidade, promovendo uma comunidade forte de mulheres que se desenvolvem juntas, inspirando e apoiando-se mutuamente.

Iniciativas como o Afrolab, que fomenta a inovação e a criatividade entre empreendedoras negras, e o Pretas Potências, que se concentra na aceleração e na visibilidade de negócios comandados por mulheres negras, exemplificam sua importância e impacto. Por meio dessas ações, a PretaHub amplia as oportunidades de inclusão produtiva, fortalecendo a autonomia financeira e o protagonismo das mulheres negras no cenário econômico brasileiro.

4.2.2. Contribuição da PretaHub para os hubs de inovação

A PretaHub tem se destacado como um modelo inspirador para outros hubs de inovação voltados à diversidade e à inclusão. Sua atuação demonstra que é possível unir empreendedorismo e cultura para promover transformações estruturais na economia e na sociedade. Ao incorporar elementos da ancestralidade, da identidade negra e da coletividade, a PretaHub propõe uma nova visão de inovação social, baseada na representatividade e na equidade.

Com investimentos consideráveis de aproximadamente R\$ 1,6 milhão, a PretaHub tem alcançado resultados expressivos em todo o país. Sua metodologia, centrada na escuta, no fortalecimento das identidades e na criação de redes de apoio, serve como referência para o desenvolvimento de políticas públicas e projetos que visam ampliar o acesso de grupos historicamente marginalizados aos ecossistemas de inovação.

4.2.3. Desafios e oportunidades da PretaHub

Apesar de ter alcançado progressos significativos, a PretaHub enfrenta obstáculos estruturais consideráveis, como o racismo institucional, o acesso limitado ao crédito e a ausência de políticas públicas efetivas voltadas para o empreendedorismo negro e feminino. Tais barreiras dificultam a expansão dos negócios e a consolidação de um ecossistema mais inclusivo e equitativo.

Entretanto, a digitalização das atividades e a expansão em nível nacional têm permitido o ingresso em novos mercados e o alcance de públicos mais amplos. Essas oportunidades fortalecem o papel da PretaHub como agente de transformação social e econômica, ao mesmo tempo em que evidenciam a necessidade de políticas e investimentos contínuos que garantam a sustentabilidade dessas iniciativas.

4.2.4. Relevância da PretaHub para o fortalecimento do empreendedorismo feminino periférico

A PretaHub se consolida como uma das principais ferramentas para promover a equidade racial e de gênero no Brasil. Sua atuação transcende o aspecto econômico, alcançando dimensões culturais, simbólicas e sociais. Cada ciclo de formação contribui para a recuperação da autoestima e para o fortalecimento do sentimento de pertencimento, solidificando a identidade e o orgulho da mulher negra.

Atualmente, várias empreendedoras capacitadas pela iniciativa ocupam cargos de liderança e se tornam referências em suas comunidades. A PretaHub redefine o conceito de sucesso, mostrando que é possível prosperar sem abrir mão da ancestralidade, da solidariedade e do cuidado coletivo. Em um país ainda marcado por desigualdades raciais e de gênero, ver mulheres negras ocupando espaços de destaque e liderança é um ato profundamente transformador.

Dessa forma, a PretaHub contribui para a criação de uma economia mais diversa, justa e sustentável, onde o sucesso coletivo é tão valorizado quanto o individual.

4.3. O papel institucional da Rede Mulheres de Impacto

A Rede Mulheres de Impacto (RME) foi criada com o objetivo de conectar, capacitar e apoiar mulheres empreendedoras sociais que trabalham em situações de vulnerabilidade. Seu propósito é criar conexões entre inovação, impacto social e protagonismo feminino, incentivando negócios que contribuam para a transformação das comunidades e para o bem-estar coletivo.

A RME, considerada uma das principais redes de suporte ao empreendedorismo feminino no Brasil, congrega mentoras, investidores e diversas instituições parceiras que compartilham a convicção no poder da colaboração. Em 2025, a Rede alcançou um marco significativo ao promover o Festival RME em São Paulo, reunindo 10 mil mulheres empreendedoras em um evento de troca de experiências, conexões e inspiração.

4.3.1. Iniciativas voltadas ao empreendedorismo feminino da Rede Mulheres de Impacto

A RME promove treinamentos, mentorias e eventos colaborativos que combinam diretrizes técnicas, sensibilidade social e uma perspectiva inovadora. Suas ações integram o suporte em gestão e inovação com o fortalecimento da autoconfiança e da liderança feminina.

Além disso, a Rede organiza feiras colaborativas, programas de aceleração e reuniões com investidores, com o objetivo de ampliar a visibilidade e as oportunidades de negócios para mulheres empreendedoras.

Os resultados dessas iniciativas são expressivos: há o fortalecimento de negócios anteriormente informais, a ampliação das fontes de renda e o fortalecimento do papel das mulheres como agentes de mudança social em suas comunidades. Ao promover o empreendedorismo feminino, a RME reforça o valor da solidariedade e do crescimento coletivo como pilares da transformação social.

4.3.2. Contribuição da Rede Mulheres de Impacto para os hubs de inovação

A Rede Mulheres de Impacto atua como um elo fundamental entre o empreendedorismo social e os ecossistemas de inovação. Sua experiência em articular mulheres de diferentes territórios e realidades permite a disseminação de práticas inclusivas e colaborativas em outros hubs de inovação. Por meio de suas parcerias com empresas privadas, instituições públicas e organizações da sociedade civil, a RME tem ampliado o acesso das mulheres a programas de capacitação tecnológica, investimentos e redes de mentoria, fortalecendo a presença feminina em setores tradicionalmente dominados por homens.

A RME também contribui para o desenvolvimento de políticas e projetos que visam democratizar o acesso à inovação, promovendo uma cultura empreendedora que valoriza a diversidade, o impacto social e a economia solidária. Dessa forma, a Rede se consolida como uma referência nacional em inovação social e inclusão produtiva.

4.3.3. Desafios e oportunidades da Rede Mulheres de Impacto

Apesar dos avanços, a Rede Mulheres de Impacto ainda enfrenta desafios importantes relacionados ao acesso a crédito, à infraestrutura tecnológica e à ausência de políticas públicas específicas para o empreendedorismo social feminino. Tais barreiras limitam a expansão de suas iniciativas e a consolidação de negócios liderados por mulheres em contextos vulneráveis.

Contudo, a crescente digitalização e a expansão para novas cidades, como Carapicuíba (SP), têm gerado oportunidades para o fortalecimento da atuação da Rede. A integração de plataformas digitais, mentorias online e eventos híbridos possibilita o alcance de um público mais amplo e diversificado, ampliando o impacto positivo de suas ações.

Essas oportunidades reforçam o papel da RME como uma organização estratégica para o avanço da igualdade de gênero e o desenvolvimento econômico inclusivo no Brasil.

4.3.4. Relevância da Rede Mulheres de Impacto para o fortalecimento do empreendedorismo feminino periférico

A RME tem se mostrado poderosa por sua capacidade de combinar aprendizado, tecnologia e colaboração. Essa tríade tem promovido mudanças significativas e silenciosas nas periferias brasileiras, onde o empreendedorismo surge como uma alternativa concreta de emancipação social.

Mulheres que antes se encontravam em situação de vulnerabilidade agora comandam seus próprios negócios, sustentam suas famílias e inspiram outras a seguirem o mesmo caminho. Coletivamente, essas narrativas formam um mosaico de resistência, dignidade e esperança, demonstrando o potencial transformador do empreendedorismo feminino.

Ao incentivar a liderança e a autonomia, a Rede Mulheres de Impacto contribui para a criação de uma economia mais justa, solidária e sustentável, onde a cooperação e o sucesso coletivo são reconhecidos como instrumentos essenciais de mudança social. Dessa forma, a RME reafirma sua relevância como uma rede que não apenas apoia, mas também transforma realidades, consolidando o protagonismo das mulheres nas periferias do Brasil.

5. PESQUISA DE CAMPO: EMPREENDEDORAS DO JARDIM ANA ESTELA

Com o objetivo de complementar a abordagem teórica deste trabalho e trazer a perspectiva direta de mulheres que vivem o cotidiano do empreendedorismo nas periferias, foi realizada uma pesquisa de campo com empreendedoras da região periférica Jardim Ana Estela, em Carapicuíba. A presente pesquisa pode ser classificada como descritiva, tendo como objetivo fazer um levantamento de opiniões, comportamentos e crenças de uma parte da população, estudando as características de um determinado grupo (Gil, 2008). A proposta foi ouvir suas experiências, desafios, percepções sobre inovação e *hubs*, buscando identificar como esses espaços poderiam melhor atender às necessidades do empreendedorismo feminino na periferia.

A pesquisa teve caráter qualitativo; a pesquisa qualitativa tem como objetivo o registro dos dados como também a divulgação dos resultados, estabelecendo estratégias e métodos que permita considerar as experiências do ponto de vista dos respondentes (Bogdan & Biklen, 1994). A pesquisa de campo foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, individualmente, com cada empreendedora, sendo o total de dez empreendedoras que atuam, principalmente, no ramo moda e beleza na região do Jardim Ana Estela, em Carapicuíba. A entrevista semiestruturada se dá por meio de questionamentos básicos com a finalidade de descrever, explicar e compreender o fenômeno como um todo, sendo necessário um roteiro ordenado de forma que se alcance efetivamente o que se pretende na coleta de informações (MANZINI, 2004).

A seguir, apresentam-se os principais dados e análises obtidos a partir das respostas.

5.1 Identificação

As participantes estavam em sua maioria nas faixas etárias entre 25 a 54 anos, com destaque para os grupos de 35 a 44 anos (3 entrevistadas) e 45 a 54 anos (3 entrevistadas). Em complemento aos dados de faixa etária, a variável étnica também foi considerada, revelando um grupo composto majoritariamente por mulheres pardas (5 entrevistadas), e o restante sendo brancas (4 entrevistadas) e apenas 1 entrevistada preta.

5.2 Informações Socioeconômicas

O faturamento médio mensal das participantes constitui um importante indicador do perfil socioeconômico do grupo, revelando distintos níveis de renda e estabilidade financeira. Sendo três entrevistadas com faturamento médio de R\$4.000,00, duas com R\$5.000,00, duas com R\$3.000,00, apenas 1 com R\$2.000,00 e duas que variam de R\$80 a R\$300,00.

Observou-se que parte das entrevistadas possuem registro no MEI, sendo 5 delas com registro e 5 sem registro. Através dos dados constatados foi observado que aquelas entrevistadas com faturamento médio acima de R\$3.000,00 são as que possuem o registro no MEI, enquanto as que possuem um faturamento inferior não possuem.

Quanto à escolaridade, 5 mulheres haviam concluído o ensino médio, 3 possuíam ensino superior (sendo 2 com pós-graduação) e 1 ainda não havia concluído o ensino médio.

5.3 Motivações para empreender e Segmento

As razões para empreender foram diversas. A paixão pelo ato de empreender fazendo algo que goste foi mencionada por 6 participantes, enquanto 4 relataram que iniciaram por necessidade, tanto financeiras, familiares ou de independência. Também houve relatos que envolveram múltiplos fatores, como influência familiar, desejo de independência e oportunidade de mercado.

Quanto ao segmento, 8 de 10 mulheres seguem o ramo de serviço e beleza (*lash designers*, *nail designers* e cabeleireiras) enquanto outras duas o ramo de serviço, sendo venda de canecas personalizadas e aromatizadores, respectivamente.

5.4 Principais Desafios Enfrentados pelas empreendedoras

Entre as dificuldades mais citadas no empreendedorismo periférico feminino, destacam-se:

- Falta de apoio e suporte institucional
- Baixa visibilidade e valorização do trabalho

- Desafios financeiros para iniciar o negócio
- Dificuldade de conciliar trabalho com tarefas domésticas e maternidade
- Falta de rede de apoio e de clientes

Esses dados mostram que o empreendedorismo feminino periférico é atravessado por desigualdades estruturais de gênero, classe e território, o que reforça a importância de políticas públicas e iniciativas específicas.

5.5 Conhecimento e Acesso a *Hubs* de Inovação

A maioria absoluta (8 de 10) nunca havia ouvido falar sobre *Hubs* de Inovação ou espaços similares de apoio ao empreendedorismo. Apenas duas entrevistadas relataram algum tipo de acesso, sendo esse por meio de instituições como SENAI, SENAC e Sebrae, porém sem conhecimento específico do termo “*hub* de inovação”.

Mesmo após a definição apresentada na pesquisa, nenhuma participante soube identificar algum *Hub* de Inovação existente na região de Carapicuíba. Isso demonstra um desconhecimento generalizado sobre a existência e função desses espaços, o que aponta para uma lacuna na promoção e na presença desses *hubs* em áreas periféricas.

5.6 Acessibilidade dos *Hubs*

Quando questionadas sobre a acessibilidade dos *hubs* para mulheres empreendedoras da periferia, a maioria respondeu que não considera esses espaços acessíveis. Apenas uma mulher afirmou que considera acessível, enquanto outras preferiram não opinar ou disseram “não saber responder”. Entre os motivos mencionados, destacam-se a falta de divulgação, o desconhecimento do conceito e a sensação de distanciamento desses espaços com a realidade periférica.

5.7 Percepções sobre Apoio Oferecido

Mesmo sem um conhecimento profundo sobre os *hubs*, as empreendedoras reconheceram que espaços assim poderiam oferecer apoios valiosos, como:

- Capacitação e cursos (mencionado por 4 entrevistadas)

- Mentoria e consultoria (3 menções)
- Apoio jurídico e contábil (2 menções)
- Networking, visibilidade e troca de experiências (3 menções)

Esses pontos demonstram que existe uma demanda clara por apoio estruturado, mesmo que a nomenclatura *hub* ainda seja desconhecida.

5.8 Melhorias sugeridas para acesso aos *Hubs* de Inovação

Na pergunta de múltipla escolha sobre de que forma os hubs poderiam se aprimorar para oferecer um atendimento mais eficaz e inclusivo às mulheres da periferia, as sugestões mais frequentes foram:

- Maior divulgação nas comunidades periféricas (citada por 8 mulheres)
- Apoio com transporte ou ajuda de custo (5)
- Oferta de cursos práticos e aplicáveis ao dia a dia (4)
- Inclusão de espaço kids/creche (4)
- Presença de mentoras mulheres com vivência periférica (4)
- Flexibilidade de horários (3)
- Acolhimento e escuta ativa (2)
- Redução de burocracia (2)

Esses dados evidenciam que a falta de acesso não é apenas estrutural, mas também prática, e que pensar *hubs* verdadeiramente inclusivos requer olhar para a realidade das mulheres periféricas com empatia, escuta e ação concreta.

6. ESTRATÉGIAS PARA AMPLIAR O ALCANCE DOS *HUBS*

Com o propósito de promover o conhecimento e o acesso das empreendedoras periféricas, foram adotadas estratégias de comunicação de fácil acesso e baixo custo. As ações adotadas foram: divulgação por meio de *instagram* e distribuição de folhetos informativos, e buscaram tanto engajamento virtual com maior alcance, quanto a mobilização presencial, focada no Jardim Ana Estela.

Se utilizadas de forma eficaz, a comunicação através de redes sociais nas comunidades periféricas pode fortalecer o senso de pertencimento e a coesão social. (Condes, 2024)

- Divulgação através de perfil no *Instagram*;

Adotar a criação de um perfil no *Instagram* teve como foco principal atingir as empreendedoras mais jovens e conectadas, que estão em busca de informações e apoio de forma mais acessível.

As informações contidas foram: postagens explicativas sobre *hubs* de inovação e seus impactos, uso de hashtags estratégicas para ampliar o alcance, informações sobre as intenções do trabalho e divulgações de *hubs* acessíveis.

- Distribuição de folhetos informativos;

Produzimos através de nossas pesquisas folhetos com informações relevantes sobre os *hubs* com um visual chamativo.

As informações contidas foram: um pequeno tópico que apresentava a proposta do trabalho, os benefícios da participação nos *hubs*, onde encontrá-los em Carapicuíba, informações específicas sobre o Sebrae e nosso perfil do *Instagram* para informações mais detalhadas.

O objetivo da distribuição de folhetos é chegar naquelas empreendedoras que não estão necessariamente conectadas as redes sociais. A distribuição foi feita em vários pequenos comércios liderados por mulheres, espalhados pela região do Jardim Ana Estela.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino, conforme definido nos estudos, vai além da busca por independência financeira, é sobre a autorrealização, o crescimento pessoal e profissional dessas mulheres. No entanto, constatou-se que, apesar do crescimento promissor do empreendedorismo feminino, barreiras significativas persistem em seu meio. Conforme o relatório do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2019 e a pesquisa do CREA-RJ (2019), revela entraves persistentes nesses contextos, Obstáculos como o acesso restrito a capital de investimento, a ausência de um planejamento gerencial eficaz em conjunto com as altas demandas familiares, e elevadas cargas tributária e a burocracia estatal para a iniciação de um negócio, são fatores cruciais para o abandono de um expressivo número de iniciativas empreendedoras lideradas por mulheres.

Como coadjutor desse processo exploramos o promissor contexto dos *Hubs de Inovação*. Como disserta (Teixeira; Trzeciak; Varvakis 2017; Puccini e Benedetti 2021), os Centros de inovação atuam como elos que visam articular os diversos níveis do meio empresarial para transformar o potencial inovador em resultados concretos. O maior benefício desses espaços, conforme apontado, é a criação de redes de contato e modelos de negócios mais vantajosos, além de possibilitar a exploração da criatividade do empreendedor, representando uma oportunidade crucial para superar a falta de recursos e visibilidade.

No entanto, o cerne deste trabalho demonstrou que a simples existência desses *hubs* não garante a equidade de acesso. A pesquisa revelou que, para as empreendedoras periféricas, esses ambientes podem se tornar de "difícil inserção" (Cerqueira, s.d.), o que exige a implementação de estratégias de divulgação em torno do meio. O estudo evidenciou que a barreira de acesso é complexa, não se restringindo a somente uma questão geográfica, mas abarcando desafios práticos e sociais. As sugestões das empreendedoras entrevistadas está como: uma maior divulgação nas comunidades sobre esses espaços, apoio com transporte, oferta de cursos práticos, inclusão de espaço de recreação a empreendedoras que também lidam com o papel da maternidade e a presença de mentoras com vivência periférica são postas como fundamentais para cada vez mais essas figuras femininas se

sentirem pertencidas a esse catalisador de ideias. Reforçam a necessidade de um olhar com empatia, escuta ativa e ação concreta para a realidade dessas mulheres.

Em resposta a essas lacunas postas por essas empreendedoras, a pesquisa propôs e avaliou estratégias de comunicação e divulgação de baixo custo em cima desses centros, visando ampliar o alcance de *hubs de inovação* na comunidade do Jardim Ana Estela. As ações, pautadas em uma abordagem mista de comunicação (digital e impressa), foram elaboradas para potencializar tal impacto. A divulgação dessas ideias em um perfil no Instagram teve como foco as empreendedoras mais jovens e digitalmente conectadas, enquanto a distribuição de folhetos em negócios locais buscou atingir um público que não está necessariamente inserido no ambiente virtual. Essas estratégias atuam na forma de nutrir um sentimento de comunidade juntamente ao sentimento de pertencimento e inclusão em meio a esses hubs, ao mesmo tempo que exemplificam de forma simples o que esses centros de inovação se propõem de forma concreta, desmistificando os hubs e tornando-os mais acessíveis e compreensíveis a todos.

Em suma, a pesquisa conclui que a democratização do acesso aos hubs de inovação para empreendedoras da periferia não é um processo passivo, mas uma construção ativa que demanda a superação de barreiras socioeconômicas juntamente a adoção de políticas de inclusão a essas mulheres. Programas de apoio como o SEBRAE Delas e a implementação de ações de divulgação adaptadas ao contexto local são cruciais para o fortalecimento desses espaços. Ao invés de esperar que as empreendedoras se adaptem a estruturas pré-definidas, é o ecossistema de inovação que deve se moldar para acolher a diversidade e as especificidades do público feminino periférico. Somente assim, os hubs poderão cumprir seu potencial de promover a prosperidade econômica e social, contribuindo efetivamente para a igualdade de gênero e o desenvolvimento dessas mulheres na sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SEBRAE. **Pernambuco celebra empreendedoras em cerimônia do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios 2025**. Disponível em:

<https://pe.agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/pernambuco-celebra-empREENDEDORAS-em-cerimonia-do-premio-sebrae-mulher-de-negocios-2025/>.

Acesso em: 4 nov. 2025.

AGÊNCIA SEBRAE. **Sebrae lança Hub Delas para fortalecer empreendedorismo feminino na RMR**. Disponível em: <https://pe.agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/sebrae-lanca-hub-delas-para-fortalecer-empREENDEDORISMO-feminino-na-rmr/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

ANGULOS CREA-RJ. **EmpREENDEDORISMO feminino**. Disponível em: <https://angulos.crea-rj.org.br/empREENDEDORISMO-feminino/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

ANTHONY, Scott. **The New Corporate Garage**. Harvard Business Review, 2012. Disponível em: <https://hbr.org/2012/09/the-new-corporate-garage>. Acesso em: 23 mai. 2025.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Disponível em: <https://www.abf.com.br/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

BAIÃO, Carlos Augusto G. **Entrevista com Carlos Augusto G. Baião; Relatório 72/86 SISTEMA SEBRAE**. Acesso em: 18 jun. 2025.

BENEDETTI, Maurício Henrique. **A contribuição das Universidades para as Empresas que adotam o modelo de inovação aberta**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de São Carlos, 2011.

BHERING, Janayna. **A importância dos hubs no desenvolvimento regional**. Diário do comércio, 2023. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/opiniaO/coluna/inovacao-coluna/importancia-hubs-desenvolvimento-regional/>. Acesso em: 02 mai. 2025.

BOGDAN, R. C.; BIKEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. Portugal: Porto, 1994.

CAF. **CAF e PretaHub juntos para conhecerem o empreendedorismo negro na América Latina**. Disponível em: <https://www.caf.com/pt/presente/noticias/caf-e-pretahub-juntos-para-conhecerem-o-empreendedorismo-negro-na-latam/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

CHESBROUGH, Henry William. **Modelos de Negócios Abertos: como prosperar no novo cenário de inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. e atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIQUETTI, Nara. **Hubs cooperativos impulsionam a inovação**. Revista MundoCoop, edição 108. Disponível em: <https://www.mundocoop.com.br/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

CONDES, Marli. **A importância da comunicação nas comunidades periféricas**. Rede Democracia, 2024. Disponível em: <https://rededemocracia.com.br/a-importancia-da-comunicacao-nas-comunidades-perifericas/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

DIÁRIO DO COMÉRCIO. **Programa de capacitação ajuda mulheres em situação de vulnerabilidade**. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/negocios/programa-capacitacao-mulheres-situacao-de-vulnerabilidade/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

DREAMONE. **Empreendedorismo feminino: o desafio das mulheres empreendedoras**. Disponível em: <https://dreamone.com.br/empreendedorismo-feminino-desafio-das-mulheres-empreendedoras/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

DIEESE. **Cresce a Participação da Mulher no Mercado de Trabalho**. Disponível em: <http://www.dieese.org.br/esp/es2mai97.xml>. Acesso em: 10 mai. 2025.

Dia Internacional do Empreendedorismo Feminino: Estudo revela desafios e oportunidades para mulheres empreendedoras. Disponível em:

<https://www.gov.br/memp/pt-br/assuntos/noticias/dia-internacional-do-empreendedorismo-feminino-estudo-revela-desafios-e-oportunidades-para-mulheres-empendedoras>. Acesso em: 16 mai. 2025.

E-BOOK. **Hubs de Inovação**. Disponível em: ebook sebrae hubs-de-inovacao.pdf. Acesso em: 20 jun. 2025.

Empreender é a saída para a inovação constante. Disponível em: <https://www.contadores.cnt.br/noticias/artigos/2023/01/06/empreender-e-a-saida-para-a-inovacao-constante.html>. Acesso em: 07 mai. 2025.

Empreendedorismo Feminino: informações, importância e desafios. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/blog/empreendedorismo-feminino>. Acesso em: 07 mai. 2025.

FEAC. **O perfil empreendedor e sua transformação em regiões periféricas**. Disponível em: <https://feac.org.br/o-perfil-empendedor-e-sua-transformacao-em-regioes-perifericas/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

FIA. **Empreendedorismo Feminino: o que é, números e principais exemplos**. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 09 mai. 2025.

GRATÃO, Paulo. **Hubs de empreendedorismo feminino: entenda por que você deve participar de um**. Pequenas Empresas & Grande Negócios, 2022. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/PEGN-Labs/noticia/2022/06/hubs-de-empreendedorismo-feminino-entenda-por-que-voce-deve-participar-de-um.html>. Acesso em: 02 mai. 2025.

INSTAGRAM. **Hub Delas – vídeo institucional (Reel)**. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DQDB3H6Ey6A/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Mapa do Ecossistema RME**. Disponível em: <https://institutorme.org.br/mapa-do-ecossistema/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

LINDEGAARD, Stefan. **A Revolução da Inovação Aberta: a chave da nova competitividade nos negócios**. São Paulo: Évora, 2011.

MEUSUCESO.COM, P. **Empreendedorismo: definição e origem da palavra**. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/empreendedorismo-definicao-e-origem-da-palavra-1587/>. Acesso em: 07 mai. 2025.

MENDES, R. S.; VAZ, B.J. de O. **O movimento feminista e a luta pelo empoderamento da mulher**. Gênero e Direito, v. 4, n. 3, 2015.

META; PRETAHUB. **Conheça as 50 empresas selecionadas para a Aceleração de Negócios de Empreendedoras Negras**. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/meta-e-pretahub-conheca-as-50-empresas-selecionadas-para-a-aceleracao-de-negocios-de-empreendedoras-negras/>. Acesso em: 4 nov. 2025.

OLINDA (Prefeitura). **Olinda celebra o empreendedorismo feminino com lançamento do Hub Delas**. Disponível em: <https://www.olinda.pe.gov.br/olinda-celebra-o-empreendedorismo-feminino-com-lancamento-do-hub-delas/>. Acesso em: 3 nov. 2025.

PERIÓDICOS UFPB. **Empreendedorismo feminino: desafios e estratégias para a superação**. PGC – Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa, v. 14, n. esp., 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/67384>. Acesso em: 19 jun. 2025.

PERIÓDICOS UFPB. **Empreendedorismo feminino: desafios e estratégias para a superação**. PGC – Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa, v. 14, n. esp., 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/pgc/article/view/67384/38819>. Acesso em: 19 jun. 2025.

PRETAHUB; SEDA BOOM. **Afrolab para Elas: projeto de incentivo a empreendedoras negras**. Disponível em:

<https://www.preteessencias.com.br/oportunidades/pretahub-e-seda-boom-abrem-inscricoes-para-projeto-com-empreendedoras-negras/>. Acesso em: 29 out. 2025.

PRETAHUB. **Relatório PretaHub 2022**. Disponível em: <https://pretahub.com/wp-content/uploads/2023/12/Relatorio-PretaHub-2022.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2025.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Festival RME 2025**. Disponível em: <https://festivalrme.net.br/>. Acesso em: 29 out. 2025.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Quem somos**. Disponível em: <https://rme.net.br/>. Acesso em: 3 nov. 2025.

REVISTA PATHOS. **Empreendedorismo feminino**. Revista Pathos, v. 9, n. 2, 2024. Disponível em: https://revistapathos.com.br/wp-content/uploads/2024/04/4_empreendedorismo_feminino.pdf. Acesso em: 20 jun. 2025.

REVISTA PATHOS. **Pathos – Revista de Psicanálise, Cultura e Política**. v. 9, n. 2, 2024. Disponível em: <https://revistapathos.com.br/wp-content/uploads/2024/04/Pathos-v.09n.02.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2025.

RIBEIRO, F. A. **Gênero e Comportamento Empreendedor**. 2019. p. 3-6. Curso de Graduação em Administração - UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA - MG.

RS, S. **7 desafios no empreendedorismo feminino e como superá-los**. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/inovacao/7-desafios-no-empreendedorismo-feminino-e-como-supera-los/>. Acesso em: 16 mai. 2025.

SEBRAE. **5 barreiras comuns enfrentadas por mulheres no empreendedorismo**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/5-barreiras-comuns-enfrentadas-por-mulheres-no-empreendedorismo>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SEBRAE. **A força do empreendedor brasileiro**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 18 jun. 2025.

SEBRAE. **Direcionamento Estratégico 1999 – 2000**. Acesso em: 18 jun. 2025.

SEBRAE. **Ecosistemas Locais de Inovação (ELIs)**. Brasília: Sebrae, 2023c. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino** – Sebrae, 2018. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino>. Acesso em: 07 mai. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreende++dorismofeminino>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino cresce e chega a 10,1 milhões de donas de negócios no Brasil**. Brasília: Sebrae, 2023a. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 17 jun. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino em favelas**. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/empreendedorismo-feminino-em-favelas>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SEBRAE. **Jornada Mulheres em Foco fortalece competências socioemocionais de empreendedoras**. Brasília: Sebrae, 2024a. Acesso em: 17 jun. 2025.

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SEBRAE. **Os desafios da mulher empreendedora**. SEBRAE Nacional. out. 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulherempreendedora>. Acesso em: 12 mai. 2025.

SEBRAE. **O que é ser Empreendedor**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor>. Acesso em: 12 mai. 2025.

SEBRAE. **Sebrae Delas – Mulher de Negócios**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/sebrae-delas-mulher-de->

[negocios,b1a7b16268bda610VgnVCM1000004c00210aRCRD](#). Acesso em: 3 nov. 2025.

SEBRAE. **Sebrae Delas – Empreendedorismo Feminino**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/sebraeaz/sebrae-delas,7ae7afecbbee7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 3 nov. 2025.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil: desafios e o Sebrae Delas**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/artigos/empreendedorismo-feminino-no-brasil-desafios-e-o-sebrae-delas,811d29c0c96cd810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 3 nov. 2025.

SEBRAE. **Conexão Delas 2025**. Disponível em: <https://pe.loja.sebrae.com.br/conex-o-delas-2025-104427373>. Acesso em: 3 nov. 2025.

SEBRAE SC. **Tendências do empreendedorismo feminino**. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/tendencias-empreendedorismo-feminino-2>. Acesso em: 3 nov. 2025.

SEBRAE. **Resultados obtidos pelas startups no programa Capital Empreendedor**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/resultados-obtidos-pelas-startups-no-programa-capital-empreendedor>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SEBRAE AGÊNCIA. **Redes de apoio fortalecem empreendedorismo feminino nas periferias**. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/redes-de-apoio-fortalecem-empreendedorismo-feminino-nas-periferias/>. Acesso em: 20 jun. 2025.