

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO –
UEMASUL – CAMPUS IMPERATRIZ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E LETRAS – CCHSL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – BACHARELADO

BRENDA SOUSA OLIVEIRA

**O PAPEL DA UNIVERSIDADE NO FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO
FEMININO:** uma análise da percepção das discentes de Administração da
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão - UEMASUL

BRENDA SOUSA OLIVEIRA

**O PAPEL DA UNIVERSIDADE NO FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO
FEMININO:** uma análise da percepção das discentes de Administração da
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão - UEMASUL

Artigo apresentado ao Curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão / Centro de Ciências Humanas, Sociais e Letras, como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dra. Iracema Rocha da Silva

O48p

Oliveira, Brenda Sousa

O papel da universidade no fomento ao empreendedorismo feminino: uma análise da percepção das discentes de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão - UEMASUL. / Brenda Sousa Oliveira. – Imperatriz, MA, 2026.

21 f. ; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Imperatriz, MA, 2026.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Formação acadêmica. 3. Educação Empreendedora. 4. Ensino Superior I. Título.

CDU 658

Ficha elaborada pelo Bibliotecário: **Mateus de Araújo Souza – CRB: 13/955**

BRENDA SOUSA OLIVEIRA

**O PAPEL DA UNIVERSIDADE NO FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO
FEMININO: uma análise da percepção das discentes de Administração da
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão**

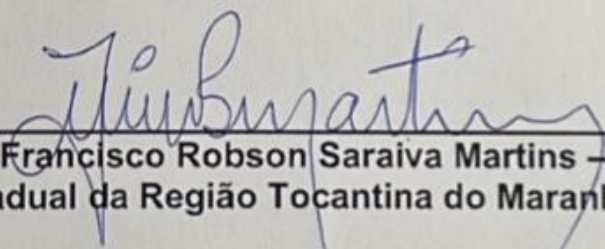
Artigo apresentado ao Curso de Administração
da Universidade Estadual da Região Tocantina
do Maranhão / Centro de Ciências Humanas,
Sociais e Letras, como requisito para a obtenção
do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 11/06/2026

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
gov.br IRACEMA ROCHA DA SILVA
Data: 21/06/2026 18:43:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof(a). Dra. Iracema Rocha da Silva – (Orientador(a))
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL


Prof(a). Me. Francisco Robson Saraiva Martins – (Membro)
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL

Documento assinado digitalmente
gov.br HOSANNAH MARCIA ALVES BANDEIRA
Data: 20/06/2026 10:50:38-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof(a). Dra. Hosannah Marcia Alves Bandeira – (Membro)
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL

RESUMO

O empreendedorismo feminino tem se destacado como instrumento gerador de renda, autonomia e desenvolvimento social, ampliando a participação das mulheres no mercado de trabalho e na criação de negócios. Nesse contexto, as instituições de ensino superior assumem papel relevante na formação de competências empreendedoras e no fortalecimento de iniciativas voltadas à inovação e ao empreendedorismo. Diante desse cenário, a presente pesquisa buscou responder ao seguinte problema: como as acadêmicas do curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL) percebem as contribuições da formação universitária e dos suportes institucionais para o fortalecimento do seu perfil empreendedor e para a concretização de seus projetos de carreira? O estudo teve como objetivo analisar a percepção das discentes do curso de Administração da UEMASUL sobre as ferramentas de fomento ao empreendedorismo feminino. A pesquisa caracteriza-se como aplicada, descritiva e documental, com abordagem qualitativa e quantitativa, sendo realizada por meio da aplicação de questionários estruturados a uma amostra de 45 acadêmicas, de um universo de 96 alunas do curso. Os resultados indicam forte interesse pelo empreendedorismo, porém muitas acadêmicas ainda apresentam insegurança para atuar como empreendedoras e baixa participação em projetos institucionais oferecidos pela universidade. Observa-se que, embora o curso contribua por meio do incentivo docente e da presença do tema na matriz curricular, ainda há fragilidades na articulação entre teoria e prática. Conclui-se que a universidade exerce papel relevante na formação empreendedora, mas necessita ampliar a divulgação das ações práticas e fortalecer os suportes institucionais para melhor preparação das discentes.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Formação acadêmica. Educação Empreendedora. Ensino Superior.

ABSTRACT

Women's entrepreneurship has emerged as a tool for generating income, autonomy, and social development, expanding women's participation in the labor market and in business creation. In this context, higher education institutions play a relevant role in developing entrepreneurial skills and strengthening initiatives focused on innovation and entrepreneurship. Given this scenario, this research sought to answer the following question: how do female students in the Administration course at the State University of the Tocantins Region of Maranhão (UEMASUL) perceive the contributions of university education and institutional support to strengthening their entrepreneurial profile and realizing their career projects? The study aimed to analyze the perception of UEMASUL's Administration students regarding tools for promoting women's entrepreneurship. The research is characterized as applied, descriptive, and documentary, with a qualitative and quantitative approach, and was conducted through the application of structured questionnaires to a sample of 45 female students from a total of 96 students in the course. The results indicate a strong interest in entrepreneurship; however, many female students still show insecurity in acting as entrepreneurs and low participation in institutional projects offered by the university. It is observed that, although the course contributes through faculty encouragement and the presence of the topic in the curriculum, there are still weaknesses in the articulation between theory and practice. It is concluded that the university plays a relevant role in entrepreneurial training, but needs to expand the dissemination of practical actions and strengthen institutional support for better preparation of female students.

Keywords: Female entrepreneurship. Academic training. Entrepreneurial education. Higher education.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Cidade residente.....	10
Gráfico 2 - Faixa Etária	11
Gráfico 3 - Período Atual.....	11
Gráfico 4 - Matriz curricular como fomento de prática empreendedora.....	12
Gráfico 5 - A segurança da formação frente aos desafios do mercado	12
Gráfico 6 - Estímulo docente à mentalidade empreendedora	13
Gráfico 7- Abordagem interdisciplinar do empreendedorismo	14
Gráfico 8 - Projetos de empreendedorismo com participação discente	14
Gráfico 9 Incentivo docente às práticas de empreendedorismo.....	15
Gráfico 10 - Motivações para cursar Administração.....	16
Gráfico 11 – Intenção de abrir um negócio	17

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. REVISÃO DE LITERATURA	2
2.1 Fundamentos do Empreendedorismo	3
2.2 Empreendedorismo feminino	4
2.3 A Educação Empreendedora na UEMASUL: Setores e Suportes Institucionais	5
2.3.1 O Papel da PROPGI e da PROEXAE	6
2.3.2 Empresa Júnior	7
2.3.3 Incubadora de Negócios	8
3. METODOLOGIA	9
4. RESULTADOS E DISCURSSÃO	10
4.1 Perfil das Discentes	10
4.2 Percepção do Ensino e Matriz Curricular	12
4.3 Ecossistema Universitário	14
4.4 Intenção Empreendedora	16
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
REFERÊNCIAS	19

1 INTRODUÇÃO

O incentivo ao empreendedorismo no ensino superior tem ganhado relevância diante das transformações do mercado de trabalho e da necessidade de formar profissionais capazes de atuar de maneira inovadora. Segundo Dornelas (2018, p. 22), o empreendedorismo é “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”.

Sob a perspectiva nacional, os indicadores do *Global Entrepreneurship Monitor* -GEM (2024) apontam que a atividade autônoma representa a base do sustento de grande parcela dos brasileiros. Segundo dados coletados, indicam um contingente de 38,7% da população em idade produtiva estava exercendo alguma prática empreendedora.

Nesse sentido, de acordo com o Projeto Pedagógico do Curso de Administração - PPC (2020) as alunas do curso de Administração da UEMASUL, ao longo de sua trajetória acadêmica, são expostas a disciplinas como gestão financeira, marketing, gestão de pessoas e elaboração de projetos, que visam o desenvolvimento de competências essenciais para a criação de negócios de sucesso.

A UEMASUL, conforme estabelecido no seu Plano de Desenvolvimento Institucional, possui como visão institucional “ser uma universidade de referência regional no ensino, pesquisa, extensão, inovação e empreendedorismo, promovendo transformação e desenvolvimento da região” (PDI, 2022). Desse modo, a instituição desempenha papel estratégico na formação das estudantes.

No entanto, o empreendedorismo, quando bem praticado, necessita que a formação vá além da teoria. Diante desse cenário de transição entre a vida acadêmica e o mercado, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: Como as acadêmicas do curso de Administração da UEMASUL percebem as contribuições da formação universitária e dos suportes institucionais para o fortalecimento do seu perfil empreendedor e para a concretização de seus projetos de carreira?

A realização desta pesquisa justifica-se pela importância de investigar como essas alunas percebem o suporte oferecido pela instituição, sendo fundamental para identificar lacunas, potencialidades e oportunidades de aprimoramento das práticas institucionais de formação acadêmica empreendedora.

Quanto à metodologia, o trabalho caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, descritiva e documental, com abordagem qualitativa e quantitativa. A escolha por essa combinação metodológica justifica-se pela necessidade de captar, simultaneamente, dados estatísticos e as percepções subjetivas das acadêmicas da UEMASUL, oferecendo uma análise abrangente acerca do empreendedorismo feminino no contexto acadêmico e regional de Imperatriz-MA.

Diante do exposto, o objetivo geral deste estudo consiste em analisar a percepção das discentes do curso de Administração sobre as ferramentas de fomento ao empreendedorismo feminino na UEMASUL. Para atingir esse objetivo principal, propõem-se os seguintes objetivos específicos: discutir os fundamentos teóricos do empreendedorismo e a trajetória da mulher no mercado, identificar a atuação da universidade e as ações de suporte voltadas à formação empreendedora da UEMASUL, verificar a percepção das acadêmicas quanto ao incentivo institucional e aos seus projetos de carreira

Enquanto a pesquisa qualitativa busca compreender e interpretar fenômenos complexos ao explorar a subjetividade e as experiências dos participantes (GUERRA et al., 2023), a abordagem quantitativa visa verificar estatisticamente uma hipótese por meio da coleta de dados concretos e quantificáveis (MANZATO; SANTOS, 2012). Para viabilizar este último método, utilizam-se questionários e entrevistas estruturadas, permitindo a coleta de informações que serão submetidas a tratamentos estatísticos posteriores.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Neste capítulo, é apresentada a fundamentação teórica que sustenta a análise da percepção das discentes sobre as ferramentas de fomento ao empreendedorismo feminino na universidade. Para isso, são abordados os fundamentos do empreendedorismo, os principais conceitos e desafios da trajetória da mulher no mercado de trabalho contemporâneo, bem como o papel da educação empreendedora e a relevância dos setores e suportes institucionais que compõem o ecossistema universitário em que o estudo se insere.

2.1 Fundamentos do Empreendedorismo

O fenômeno empreendedor no Brasil passou a ser amplamente debatido na década de 1990, período marcado por tentativas de controle inflacionário e pela abertura econômica às pressões da globalização. Enquanto em nações como os Estados Unidos o tema já possuía maturação teórica e prática, no cenário brasileiro a discussão emergiu como uma resposta à vulnerabilidade das pequenas empresas e à necessidade de modernização das grandes corporações para manterem-se competitivas no mercado (DORNELAS, 2018)

O empreendedorismo contemporâneo é compreendido como um campo multidisciplinar. Segundo Baggio, A. e Baggio, D. (2014) empreender significa identificar oportunidades e buscar os recursos para transformá-las em um negócio lucrativo ou em uma mudança social significativa. Complementando essa visão, Dornelas (2018) define o empreendedorismo como o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes.

Nesse sentido, o empreendedorismo pode ser compreendido para além de um modelo de negócios, sendo entendido como um “projeto articulado e ideológico” entre agentes sociais e institucionais, orientado por uma racionalidade neoliberal (CRUZ-JUNIOR, 2022; LINDÔSO; LEITE, 2021). Sob essa perspectiva, o empreendedor caracteriza-se pela capacidade de inovar, tomar decisões diante de riscos e agir de maneira proativa, buscando oportunidades para transformar ideias em resultados econômicos (MIGUEZ; LEZANA, 2017).

Conforme aponta Silva (2020), o ato de empreender nasce da identificação de falhas ou problemas que, ao serem analisados com atenção, dão origem a ideias inovadoras. Esse processo se consolida quando uma solução é estruturada por meio da abertura de um novo empreendimento, marcando o início da jornada empreendedora.

Considerando que esse processo envolve uma perícia técnica e comportamental, o ambiente universitário assume um papel determinante. Na UEMASUL, o curso de Administração busca justamente fomentar essas habilidades, integrando metodologias que aproximam o discente da realidade do mercado (PPC, 2020).

A instituição funciona como espaço estratégico para habilitar os estudantes e promover a capacidade de assumir novos papéis sociais e econômicos, o que ocorre através de disciplinas como gestão financeira, marketing e suporte de setores específicos como a Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PROPGI) e a Pró-Reitoria de Extensão e Assistência Estudantil (PROEXAE) (PDI,2022).

2.2 Empreendedorismo feminino

Segundo Franco (2014), os conceitos existentes de empreendedorismo não fazem distinção de gênero, visto que as personalidades empreendedoras podem ser encontradas em um universo diversificado de empreendedores.

Contudo, para compreender a complexidade dessa atuação, a literatura científica tem produzido um volume crescente de informações sobre o empreendedorismo feminino, investigando como sua presença transforma os ambientes corporativos e impulsiona o desenvolvimento socioeconômico.

Para uma maior compreensão acerca da evolução histórica do papel da mulher na sociedade. Tonelli (2023), alega que discutir gênero enfatiza o caráter social e, dessa forma, histórico das concepções que emergem das percepções das diferenças sexuais, enraizadas há milênios em um predomínio masculino cujo desaparecimento completo não se configura como possibilidade visível no curto prazo. Assim, trata-se das interações entre as definições de masculino e feminino e das funções atribuídas a homens e mulheres em diferentes contextos culturais.

No cenário contemporâneo, essa herança cultural ainda reflete nos desafios enfrentados pela mulher, especialmente no que se refere ao equilíbrio da vida profissional com as exigências domésticas (BRASIL,2024).

Apesar desses desafios históricos, os dados recentes demonstram a força da mulher na economia brasileira. Segundo dados do SEBRAE (2024), o Brasil atingiu o recorde histórico de 10,35 milhões de mulheres à frente de negócios, representando 34% do total de empreendedores nacionais. Tal crescimento evidencia não apenas a relevância econômica feminina, mas também uma elevada capacidade de adaptação, impulsionada pela digitalização e pelo uso estratégico das redes sociais como ferramentas de mercado (SEBRAE, 2024).

Neste contexto, o recorte de gênero apresentado pelo GEM (2024) reforça que o empreendedorismo feminino é um dos principais motores de transformação social no país. As mulheres lideram a adoção de ferramentas digitais e redes sociais como estratégia de mercado. Entretanto, o relatório aponta que a falta de capacitação técnica específica ainda é um entrave para a sustentabilidade desses negócios a longo prazo.

A liderança feminina, conforme Sobral e Ribeiro (2018), caracteriza-se por um estilo mais relacional, baseado na partilha e no incentivo à participação dos liderados, favorecendo um ambiente organizacional mais democrático e colaborativo. Segundo as autoras, esse modelo de liderança busca aproximar os membros da equipe, promovendo maior envolvimento nas atividades organizacionais, em contraste com estilos mais diretivos e centralizados.

Adicionalmente, a literatura aponta particularidades na condução dos negócios: a mulher empreendedora prioriza a qualidade dos processos e demonstra uma postura favorável ao envolvimento familiar e social dentro da organização. Nesse sentido, destaca-se que mulheres empreendedoras conseguem mobilizar criatividade, visão de futuro e coragem como ferramentas para a construção de negócios inovadores no mercado (EVELLE, 2019).

Nesse contexto, Silva (2023) realiza uma breve analogia na forma de empreender entre homens e mulheres, mesmo possuindo atributos empreendedores semelhantes, as mulheres possuem destaques quando se fala de habilidades empresariais, profissionais e motivação.

2.3 A Educação Empreendedora na UEMASUL: Setores e Suportes Institucionais

Na UEMASUL, o curso de Administração tem como objetivo formar profissionais aptos a gerir recursos financeiros, materiais e humanos em organizações. De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Administração (2020), o perfil do egresso contempla competências relacionadas à compreensão das dimensões científicas, técnicas, sociais e econômicas das organizações, à capacidade de tomada de decisão em diferentes níveis

organizacionais, bem como à flexibilidade intelectual e à adaptabilidade diante dos diferentes contextos profissionais.

Ademais, espera-se que o egresso seja capaz de atuar em distintos setores, como comércio, serviços e indústria, podendo também desenvolver iniciativas empreendedoras (PPC, 2020).

Além disso, as mudanças nos cenários social, econômico, político e cultural demandam que as instituições de ensino promovam adaptações e incentivem práticas inovadoras voltadas ao desenvolvimento do ambiente em que estão inseridas (RUIZ, 2019; DOS SANTOS et al., 2021). Ribeiro et al. (2022) ressaltam ainda que fatores como redes de relacionamento, capital de investimento, mentoria e trabalhadores qualificados contribuem para o fortalecimento do ecossistema empreendedor.

Dessa forma, para materializar essas diretrizes e fomentar o empreendedorismo, a UEMASUL fornece palestras, *workshops*, minicursos e projetos de extensão. A universidade disponibiliza ainda estruturas práticas como a Empresa Júnior e o Espaço *Coworking*, que permitem ao discente vivenciar a realidade do mercado (PDI, 2022). Outrossim, o estudante da universidade ainda conta com uma matriz curricular que pode desenvolver suas habilidades e adquirir conhecimento para o empreendedorismo.

2.3.1 O Papel da PROPGI e da PROEXAE

A Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (PROPGI) atua como o núcleo de fomento à investigação científica e ao desenvolvimento tecnológico. Para as acadêmicas, as iniciativas promovidas pela pró-reitoria representam uma oportunidade de aprofundar conhecimentos e desenvolver soluções inovadoras para desafios do mercado, especialmente por meio de editais de iniciação científica e tecnológica. Ao realizar essa conexão, a PROPGI prepara a estudante para um empreendedorismo qualificado e baseado em evidências.

De forma complementar, a Pró-Reitoria de Extensão e Assistência Estudantil (PROEXAE) estabelece o diálogo entre a universidade e a sociedade. A extensão universitária permite que as acadêmicas apliquem as técnicas de gestão em

contextos reais da comunidade local. Essa vivência prática é essencial pois contribui com o desenvolvimento acadêmico durante a jornada universitária.

2.3.2 Empresa Júnior

Ao longo da graduação em Administração, o distanciamento entre os conteúdos teóricos aprendidos em sala e as exigências práticas do ambiente organizacional pode gerar insegurança nas discentes diante das experiências profissionais reais.

Sob essa perspectiva, o empreendedorismo não deve ser visto apenas como uma atividade isolada, mas como uma disciplina transversal na graduação, em que o corpo docente assume o papel de facilitador, orientando e incentivando os discentes para a prática de ações empreendedoras (LOPES et al., 2017).

Nesse contexto, as Empresas Juniores (EJs) destacam-se como organizações civis sem fins lucrativos e com finalidade educacional, funcionando como espaços de vivência e aprendizado em gestão.

Esses espaços se configuram como importantes ambientes de formação complementar e de exercício profissional supervisionado, promovendo o estímulo ao empreendedorismo e a aproximação com o mercado de trabalho durante a graduação (SILVA; ROMÃO; GOMES, 2019).

Segundo Brunório e Krakauer (2022), as Empresas Juniores são instrumentos pedagógicos fundamentais para aproximar o acadêmico da realidade do mercado, fomentando uma postura crítica e empreendedora por meio da vivência prática.

A organização dessas entidades no cenário nacional é conduzida, desde 2003, pela Confederação Brasileira de Empresas Juniores. Esta entidade estabelece as diretrizes que padronizam as atividades do setor, sob a missão “formar por meio da vivência empresarial empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil” (BRASIL, 2016). Assim, dentro do ambiente de uma Empresa Júnior, os alunos assumem posições de liderança, autonomia e criatividade, desenvolvendo habilidades de gestão e construção de um perfil empreendedor.

Nesse panorama, situa-se a EJCON – Empresa Júnior de Consultoria, vinculada ao curso de Administração da UEMASUL. Fundada em 1995 por estudantes em Imperatriz – MA, tem como propósito ir além da teoria acadêmica, permitindo que seus membros atuem diretamente na resolução de problemas de gestão.

De acordo com a Brasil Júnior (2025, p. 13), a universidade empreendedora é compreendida como a “comunidade acadêmica, inserida em um ecossistema favorável, que desenvolve a sociedade por meio de práticas inovadoras”. Sob essa perspectiva, o empreendedorismo não deve ser visto apenas como uma atividade isolada, mas como uma disciplina transversal na graduação, em que o corpo docente assume o papel de facilitador, orientando e incentivando os discentes para a prática de ações empreendedoras (LOPES et al., 2017).

Nesse contexto de incentivo e suporte institucional, destaca-se que a UEMASUL obteve reconhecimento nacional em 2025 pela BJ. A instituição foi premiada no Senado Federal na categoria CASE “Institucionalização do Ecossistema EJ”, no âmbito do Índice de Instituições de Ensino Superior Empreendedoras (IESE 2025). Tal premiação evidencia as boas práticas da universidade na promoção da educação empreendedora (UEMASUL, 2025).

2.3.3 Incubadora de Negócios

No ecossistema de empreendedorismo universitário, a incubadora de negócios configura-se como um ambiente dinâmico, voltado para o desenvolvimento de startups e empresas com foco em tecnologia e ciência, oferecendo suporte técnico, mentorias e acesso a redes de investimento. As incubadoras são organizações voltadas ao apoio de empreendedores, oferecendo suporte estrutural e gerencial para o desenvolvimento de ideias inovadoras e sua transformação em negócios viáveis, especialmente na fase inicial dos empreendimentos, quando ainda apresentam maior vulnerabilidade (Tietz et al., 2015 apud Kadri, 2018).

Portanto, a existência dessa estrutura na universidade, somada ao Espaço *Coworking*, minimiza obstáculos como a falta de experiência prévia. Para as acadêmicas deste estudo, a incubadora funciona como um mecanismo de

fortalecimento do protagonismo gestor, oferecendo as ferramentas para que elas liderem negócios inovadores e seguros no mercado local.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como aplicada, de natureza descritiva e documental, com abordagem qualitativa e quantitativa. A escolha por essa combinação metodológica justifica-se pela necessidade de captar, simultaneamente, dados estatísticos e as percepções subjetivas das acadêmicas da UEMASUL, oferecendo uma análise abrangente acerca do empreendedorismo feminino no contexto acadêmico e regional de Imperatriz-MA.

Enquanto a pesquisa qualitativa busca compreender e interpretar fenômenos complexos ao explorar a subjetividade e as experiências dos participantes (GUERRA et al., 2023), a abordagem quantitativa visa verificar estatisticamente uma hipótese por meio da coleta de dados concretos e quantificáveis (MANZATO; SANTOS, 2012). Para viabilizar este último método, utilizam-se questionários e entrevistas estruturadas, permitindo a coleta de informações que serão submetidas a tratamentos estatísticos posteriores.

Como procedimento técnico, utilizou-se o levantamento via Google Forms. De acordo com Silva e Moraes (2021), essa técnica possibilita a coleta de informações de diferentes grupos sociais, reunindo opiniões e dados organizados por meio de questionários elaborados conforme os objetivos da pesquisa.

O trabalho também se caracteriza por ser uma pesquisa bibliográfica, como aponta Guerra (2023), o levantamento bibliográfico é indispensável para a construção do embasamento teórico, servindo como suporte para que as ideias e discussões apresentadas pelo pesquisador estejam devidamente fundamentadas em fontes literárias preexistentes.

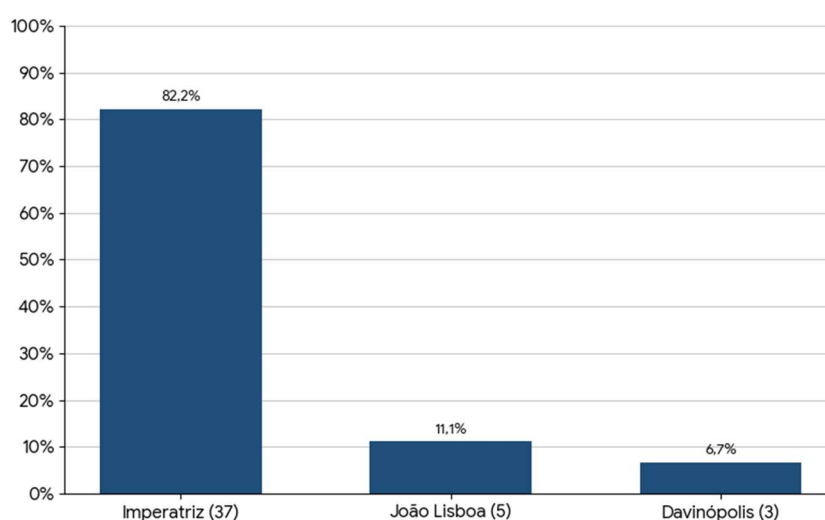
Para a coleta de dados, foi elaborado um questionário estruturado em 11 questões, das quais foram de natureza fechada (com alternativas pré-definidas, como múltipla escolha e escala de Likert). O questionário foi disponibilizado através de links e enviado no período de 18/05/2026 a 22/05/2026. O universo da pesquisa compreendeu 96 discentes do Curso de Administração, com o objetivo de obter uma amostra mais abrangente, resultando um total de 45 respostas.

4 RESULTADOS E DISCURSSÃO

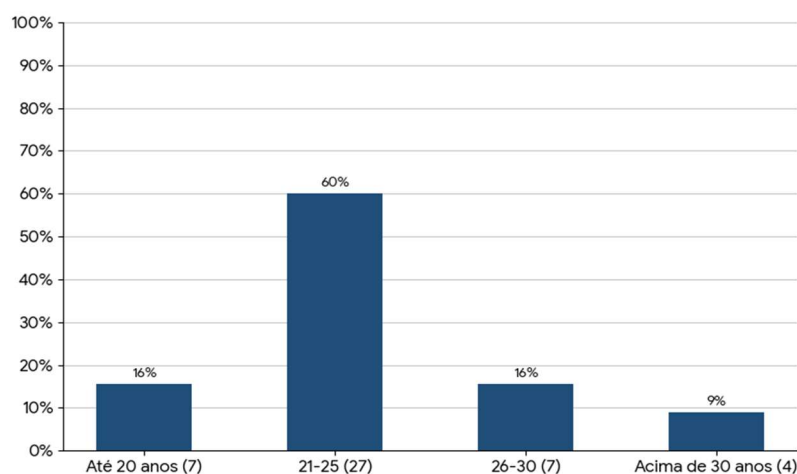
A pesquisa foi realizada com 45 universitárias, por meio de um questionário elaborado no Google Forms e disponibilizado nos grupos de WhatsApp de alunos do curso de Administração. O objetivo central do instrumento foi compreender o panorama do empreendedorismo feminino na instituição, investigando os fatores que influenciam as intenções e as práticas empreendedoras dessas acadêmicas. Para tanto, o formulário de coleta de dados foi estruturado em quatro seções principais: perfil das discentes; percepção do ensino e matriz curricular; ecossistema universitário e intenção empreendedora.

4.1 Perfil das Discentes

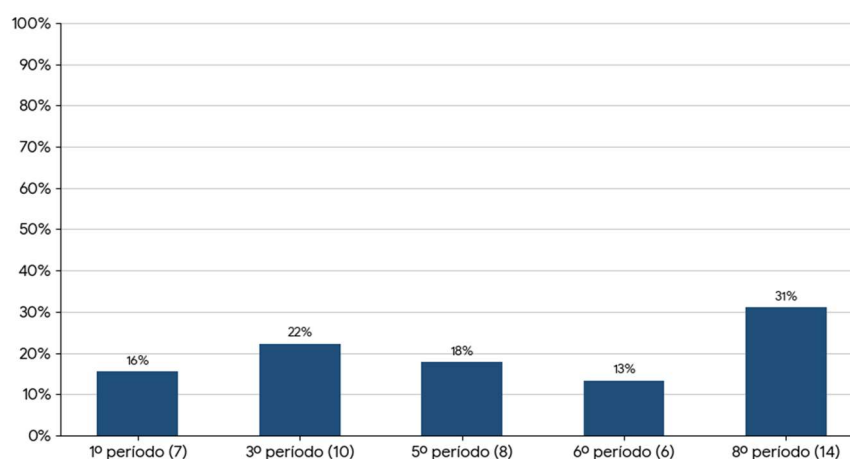
Gráfico 1- Cidade residente



Fonte: Autora (2026)

Gráfico 2 - Faixa Etária

Fonte: Autora (2026)

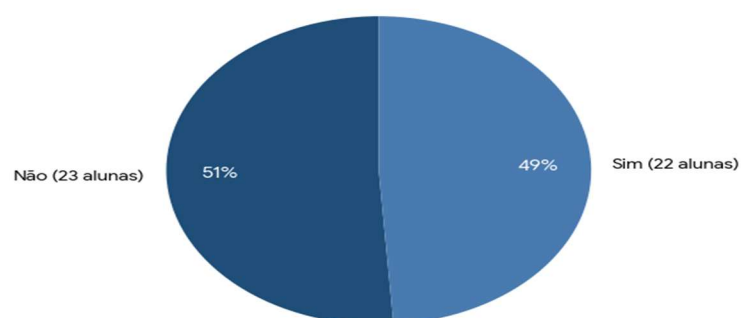
Gráfico 3- Período Atual

Fonte: Autora (2026)

A análise das entrevistadas revelou quanto à distribuição geográfica, que a maioria reside em Imperatriz, com 82,2%, seguida por João Lisboa com 11,1% e Davinópolis com 6,7% (Gráfico 1). maior parcela das participantes está na faixa etária de 21 a 25 anos (60%), seguida pelos grupos de até 20 anos (17%) e de 26 a 30 anos (17%) (Gráfico 2). A análise, também apresenta que a maior parcela das participantes está na faixa etária de 21 a 25 anos (60%), seguida pelos grupos de até 20 anos (17%) e de 26 a 30 anos (17%) (Gráfico 2). Predominantemente, as respondentes encontram-se no 8º e no 3º período do curso, com 31% e 22%, respectivamente (Gráfico 3).

4.2 Percepção do Ensino e Matriz Curricular

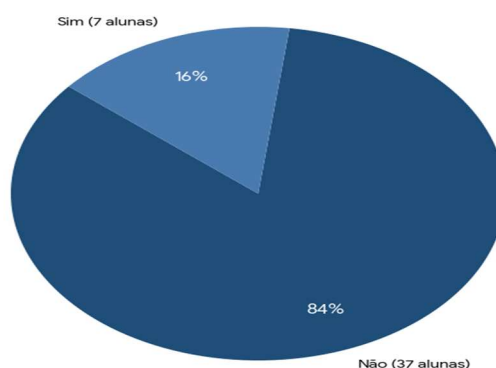
Gráfico 4 - Matriz curricular como fomento de prática empreendedora



Fonte: Autora (2026)

Diante do exposto, a pesquisa segue adiante em uma segunda sessão, com o percentual da percepção do ensino e matriz curricular. A análise sobre a percepção do ensino evidenciou divisões importantes quanto à aplicabilidade prática do curso. Ao serem questionadas se consideram que a matriz curricular oferece ferramentas práticas para abrir um negócio logo após a graduação, as respostas mostraram-se equilibradas, com uma maioria de 51% alunas indicando que não, enquanto 49% das alunas responderam que sim (Gráfico 4).

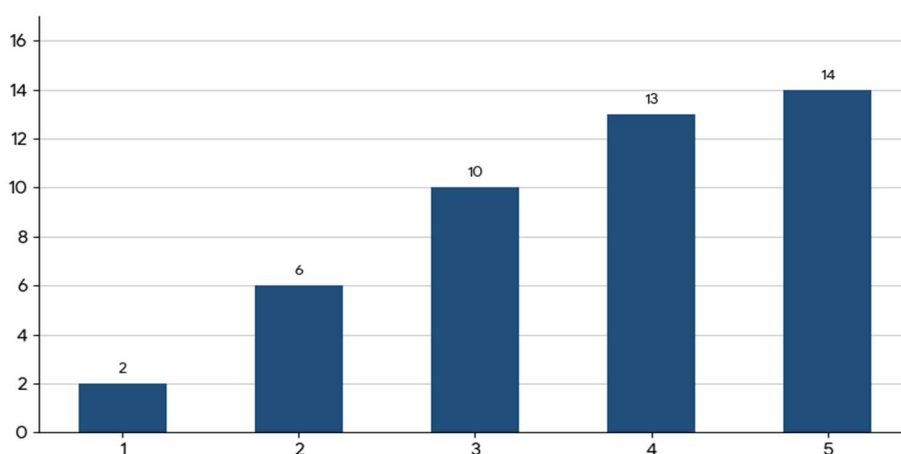
Gráfico 5 - A segurança da formação frente aos desafios do mercado



Fonte: Autora (2026)

Quanto a segurança fornecida pela graduação para empreender, observou-se que 84% das entrevistadas afirmam que a formação recebida até agora não lhe dá segurança para enfrentar os desafios do mercado de trabalho como mulheres empreendedoras, contrapondo-se a apenas há 16% respostas que indicaram o sentimento de segurança (Gráfico 5).

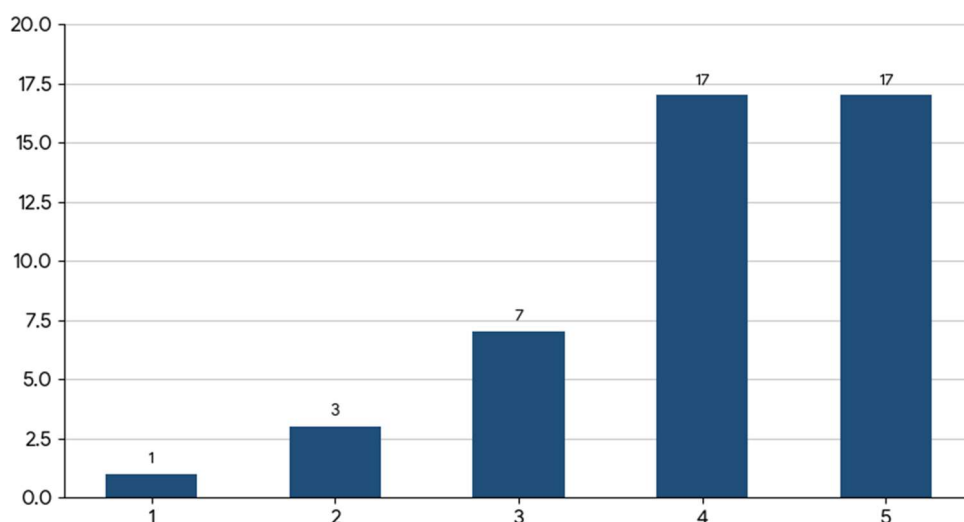
Gráfico 6 - Estímulo docente à mentalidade empreendedora



Fonte: Autora (2026)

Por outro lado, o corpo docente recebeu avaliações positivas no que diz respeito ao estímulo em sala de aula. Ao avaliarem o grau em que concordam que os professores incentivam a mentalidade empreendedora, a maior concentração de respostas situou-se no grau 5, com 14 indicações, seguida por 13 respostas no grau 4 e 10 assinalações no grau 3 (Gráfico 6).

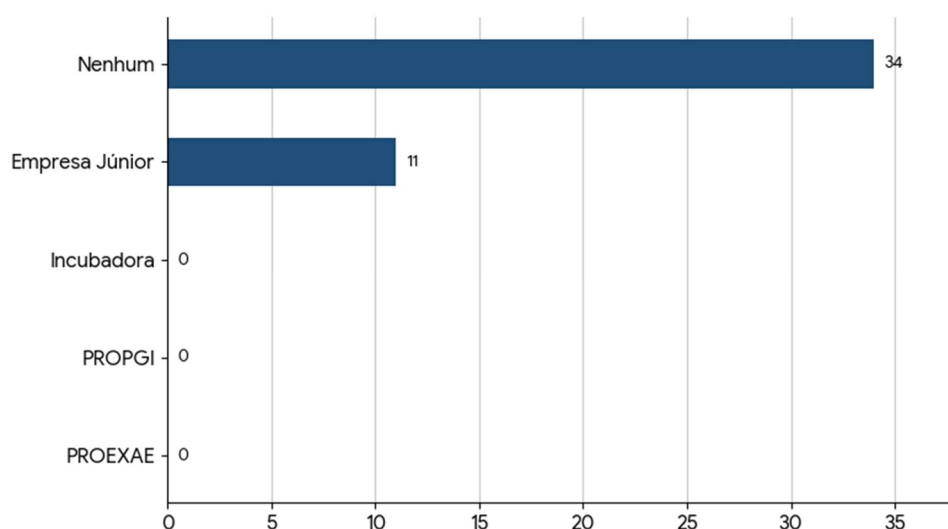
Nesse contexto, Vieira *et al.* (2023) ressaltam o papel dos professores na utilização de diferentes abordagens metodológicas para a elaboração de práticas educativas voltadas ao empreendedorismo. Essas ações englobam atividades como palestras, estudos e resoluções de casos reais, visitas técnicas, entrevistas com especialistas da área e a estruturação de planos de negócios.

Gráfico 7 - Abordagem interdisciplinar do empreendedorismo

Fonte: Autora (2026)

Quanto a percepção da integração das disciplinas com o empreendedorismo, identificou-se um forte alinhamento, com o empate de 17 respostas tanto para o grau 5 quanto para o grau 4, seguidos por 7 respostas no grau 3 (Gráfico 7). Os dados indicam que, embora o corpo docente se esforce e a matriz curricular seja considerada integrada teoricamente, ainda há um descompasso estrutural que impede que esse conhecimento se converta em segurança prática para a atuação mercadológica das futuras gestoras.

4.3 Ecossistema Universitário

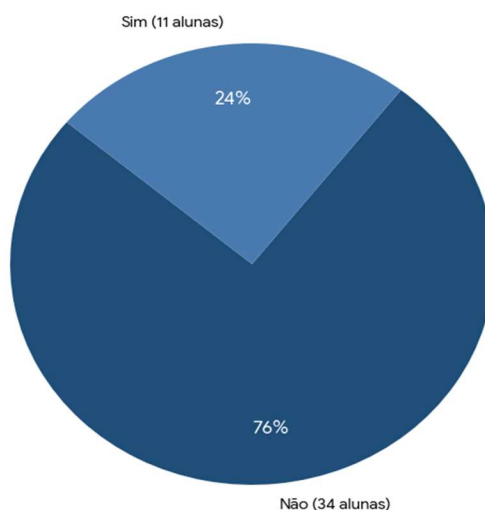
Gráfico 8 - Projetos de empreendedorismo com participação discente

Fonte: Autora (2026)

Sendo assim, a pesquisa segue adiante em uma terceira sessão retratando o ecossistema universitário. Constatou-se que 75,6% da amostra (34 alunas), declarou não ter participado de nenhum dos projetos listados. Entre a minoria que buscou inserção prática (24,4%, totalizando 11 alunas), a totalidade engajou-se exclusivamente na Empresa Júnior do curso, enquanto os demais mecanismos registraram total ausência de adesão (0%) pelas discentes pesquisadas (Gráfico 8).

Diante disso, Vieira *et al.* (2023) destacam que as Instituições de Ensino Superior (IES) desempenham um papel crucial na formação empreendedora. Cabe a essas universidades capacitar os alunos por meio do desenvolvimento de competências como criatividade e inovação, fornecendo o ensino teórico e prático necessário para que eles possam idealizar, gerenciar e fazer prosperar novos empreendimentos.

Gráfico 9 – Incentivo docente às práticas de empreendedorismo



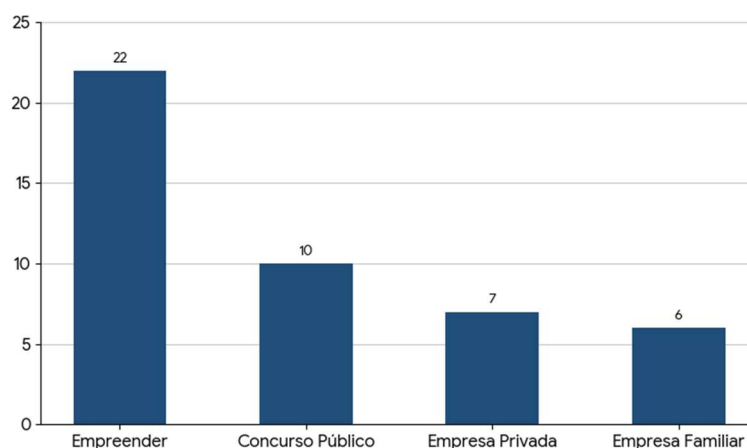
Fonte: Autora (2026)

O distanciamento prático verificado no envolvimento das discentes com o ecossistema de universitário encontra justificativa direta nos estímulos recebidos ao longo da graduação. Ao serem questionadas se foram incentivadas por algum

docente a participar de alguma das atividades voltadas ao empreendedorismo mantidas pela instituição, a 76% das respondentes afirmou categoricamente que não, enquanto apenas uma parcela residual de 24% respondeu positivamente (Gráfico 9).

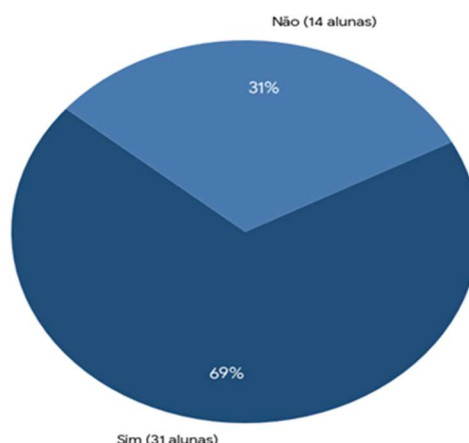
4.4 Intenção Empreendedora

Gráfico 10 – Motivações para cursar Administração



Fonte: Autora (2026)

Desse modo, buscando identificar que o principal motivo em que as discentes escolheram essa graduação para cursar, a amostra foi apresentada a algumas opções de carreira e deveria escolher uma que se encaixasse mais com sua realidade. Os dados coletados evidenciam que o empreendedorismo constitui o principal interesse das discentes ao ingressarem no curso, representando 48,9%, seguido do interesse por concursos públicos com 22,2%, enquanto a atuação em empresas privadas foi mencionada por 15,6% das participantes (Gráfico 10).

Gráfico 11 – Intenção de abrir um negócio

Fonte: Autora (2026)

Os dados evidenciam uma forte tendência empreendedora entre os discentes pesquisados, visto que 69% afirmaram ter a intenção de abrir um negócio próprio, ao passo que 31% declararam não possuir esse objetivo (Gráfico 11). Entende-se, portanto que desejo de fundar a própria empresa, o que pode ser configurado como o evento inicial do processo empreendedor de Dornelas (2018).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa investigou como as ferramentas de fomento ao empreendedorismo feminino na universidade moldam os projetos de carreira e o desenvolvimento do perfil profissional de estudantes de Administração. Os resultados revelam uma dinâmica institucional complexa e multifacetada, caracterizada tanto por avanços significativos quanto por oportunidades para o aprimoramento de práticas pedagógicas. O reflexo positivo da formação teórica e do estímulo do corpo docente em sala de aula evidenciou-se no salto expressivo da intenção empreendedora das discentes: o desejo de fundar o próprio negócio, que era o objetivo de 48,9% das entrevistadas ao ingressarem na instituição, expandiu-se para 69% que pretendem efetivamente empreender no futuro.

Entretanto, o estudo identificou um distanciamento entre a teoria e a atuação prática no mercado. Isso se reflete no dado de que 84% das acadêmicas relataram a necessidade de maior segurança como mulheres empreendedoras. No campo da extensão universitária, embora a relevância institucional da Empresa Júnior seja referendada pelo engajamento de 24% das alunas, constatou-se que 75,6% da amostra ainda não participa dos demais projetos. Esse indicador sugere que uma intensificação de estratégias de divulgação das oportunidades existentes.

Diante desse cenário, é necessário que a universidade fortaleça o empreendedorismo feminino como um eixo estratégico e prático em suas matrizes curriculares. Pode ocorrer por meio da ampliação do ensino focado em competências operacionais da administração de pequenas empresas, utilizando metodologias ativas como simulações gerenciais e o estímulo a redes de *networking* regional.

Contudo, a pesquisa apresenta limitações, em razão do tamanho amostral de 45 alunas, dentre as 96 matriculadas. Ainda assim, os resultados atestam que a estrutura de ensino é fundamental para adquirir competências. O desafio central reside em preparar as discentes para consolidarem uma postura autoconfiante frente ao mercado real. Assim, programas de educação empreendedora, cumprem a função social de formar lideranças femininas autônomas e capacitadas para gerir seus próprios negócios.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Passo Fundo: Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 2014. Disponível em: <https://sites.uel.br/aintec/wp-content/uploads/2023/02/Empreendedorismo-Conceitos-e-definicoes-1.pdf> Acesso em: 20 mar. 2026.

BRASIL JÚNIOR (Confederação Brasileira de Empresas Juniores). **Índice de Instituições de Ensino Superior Empreendedoras 2025**. São Paulo: Brasil Júnior, 2025. Disponível em: https://iesempreendedoras.brasiljunior.org.br/iese/books/RUE_2025.pdf. Acesso em: 25 mar. 2026

BRASIL. **Lei n.º 13.267, de 6 de abril de 2016**. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13267.htm. Acesso em: 22 fev. 2026.

BRASIL. Ministério da Economia. **Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil**. Brasília, DF: Governo Federal, [2024]. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/elas-emprendem/panorama-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil/estudo-do-empreendedorismo-feminino.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2026.

BRUNÓRIO, W. R.; KRAKAUER, P. V. C. **O papel das empresas juniores no ecossistema do ensino de empreendedorismo**. South American Development Society Journal, v. 8, n. 22, p. 132, 2022.

CRUZ-JUNIOR, B. G. **Entre mito e solução, a busca por um empreendedorismo realmente existente**. Contemporânea, v. 12, n. 3, p. 827–848, 2022. DOI: 10.4322/2316-1329.202202..

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

DOS SANTOS, E. G.; MAEHLER, A. E.; DE MELLO, S. P. T. **A orientação empreendedora (OE) na universidade pública: um estudo de caso**. Revista Gestão Universitária na América Latina – GUAL, v. 14, p. 175–197, 2021.

EVELLE, Monique. **Empreendedorismo feminino: olhar estratégico sem romantismo**. Rio de Janeiro: Memória Visual, 2019.

FRANCO, Michele Maria Silva. **Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas**. Goiânia: ANEGEPE, 2014. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/333.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2026.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2024**. São Paulo: ANEGEPE, 2025. Disponível em:

<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2025/03/Brasil-RE-2024-2025-v2-Opcao-Digitalizacao-B.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2026.

GUERRA, A. de L. e R. **Metodologia da pesquisa científica e acadêmica**. Revista OWL (OWL Journal) – Revista Interdisciplinar de Ensino e Educação, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 149–159, 2023. DOI: 10.5281/zenodo.8240361. Disponível em: <https://www.revistaowl.com.br/index.php/owl/article/view/48>. Acesso em: 28 abr. 2026.

KADRI, Tarik. **Afinal de contas, o que são incubadoras de empresas?** São Paulo: Fundação Getulio Vargas, 2018. Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC). Disponível em: https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/rf_-_tarik.pdf. Acesso em: 28 mar. 2026.

LINDÔSO, R.; LEITE, M. **Empreendedorismo, neoliberalismo e pandemia: o desmascaramento de uma ideologia**. Contemporânea, v. 11, n. 3, p. 791–820, 2021. DOI: 10.4322/2316-1329.2021027.

LOPES, R. M. A. Contextualização sobre empreendedorismo. In: LOPES, R. M. A. (org.). **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2017. Cap. 1.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. IBILCE–UNESP, v. 17, p. 1–17, 2012.

MIGUEZ, Viviane Brandão; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. **Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo**. Florianópolis: Navus, 2017. Disponível em: <https://navus.sc.senac.br/navus/article/view/624/pdf>. Acesso em 26 abr. .2026.

RIBEIRO, S. P.; LUIZ FILHO, G.; SILVA, D. da. **Avaliação dos atributos do ecossistema empreendedor local**. Revista Research, Society and Development, v. 11, n. 9, e49911930522, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i9.30522.

RUIZ, F. M. **Empreendedorismo**. São Paulo: Senac, 2019.

SEBRAE-SC. **Tendências para o empreendedorismo feminino em 2024**. Blog Sebrae-SC, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/tendencias-empreendedorismo-feminino-2>. Acesso em: 25 abr. 2026.

SILVA, Marcos Ruiz da. **Empreendedorismo**. 1. ed. São Paulo: Contentus, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 25 fev. 2026.

SILVA, Maria Luiza Mello. **Empreendedorismo feminino no Brasil: uma reflexão sobre as características comportamentais das mulheres empreendedoras**. Três Rios: UFRRJ, 2023. 35 f. Disponível em: <https://itr.ufrj.br/portal/wp-content/uploads/2025/03/20.2023-Maria-Luiza-Mello-Silva.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2026.

SILVA, Rayanne K. S.; ROMÃO, Éliton A.; GOMES, Eva M. S. **A empresa júnior como agente potencializadora de ensino e sua influência no desenvolvimento social: um estudo de caso para I9 Engenharia Jr.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO EM ENGENHARIA (COBENGE), 2019. Anais [...]. 2019. Disponível em: https://admin.abenge.org.br/dados/COBENGE19/COBENGE19_00114_00002298.pdf. Acesso em: 25 mai. 2026.

SILVA, Sabrina Emanuelle Mesquita da; MORAES, Isabella Tavares Sozza. **Método survey: o tratamento quanti-qualitativo do material de pesquisa.** Caderno de Resumos do Congresso, São Paulo, Brasil, v. 1, p. 52–53, 2021. Disponível em: <https://jatai.frs.edu.br/crc/article/view/199>. Acesso em: 25 fev. 2026.

SOBRAL, Sandrina; RIBEIRO, Célia. **A liderança no feminino: uma revisão da literatura. Gestão e Desenvolvimento**, n. 26, p. 57–76, 2018. Disponível em: <https://l1nq.com/Ucgf5>. Acesso em: 25 mai. 2026.

TONELLI, M. J. **Nada de novo no front: as mulheres no mercado de trabalho.** Revista de Administração Contemporânea, v. 27, n. 5, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023230210.por>. Acesso em: 26 mai. 2026.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO (UEMASUL). **Plano de Desenvolvimento Institucional: 2022–2026.** Imperatriz: UEMASUL, 2022. Disponível em: <https://www.uemasul.edu.br/wp-content/uploads/2022/08/PDI-CONSUN.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2026.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO (UEMASUL). **Projeto Pedagógico do Curso de Administração.** Imperatriz: UEMASUL, 2020. 194 p. Disponível em: https://www.uemasul.edu.br/wp-content/uploads/2022/11/PPC_ADM_UEMASUL_2020-1.pdf. Acesso em: 25 mar. 2026.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO (UEMASUL). **UEMASUL é premiada pela Confederação Brasil Júnior.** Imperatriz: UEMASUL, 2025. Disponível em: <https://www.uemasul.edu.br/uemasul-e-premiada-pela-confederacao-brasil-junior/>. Acesso em: 25 abr. 2026.