



University of
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Universitário Santo Agostinho

revista fsa

www4.unifsanet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 23, n. 3, art. 4, p. 67-91, mar. 2026

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2026.23.3.4>

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



Redes de Sociabilidade e o Empreendedorismo Feminino: Um Estudo de Caso na Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA

Social Networks and Female Entrepreneurship: A Case Study in the Women's Association of Bom Jesus do Tocantins, Pará, Brazil

Iriscléia dos Santos Silva

Bacharela em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará

E-mail: iriscléia.santos@unifesspa.edu.br

Irisnéia dos Santos Silva Muniz

Bacharela em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará

E-mail: iris.muniz@unifesspa.edu.br

Thais Alves Lira

Doutoranda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Paraná
Professora de Contabilidade da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará

E-mail: thaislira@unifesspa.edu.br

Flaviano Costa

Doutorado em Controladoria e Contabilidade pela Universidade de São Paulo
Professor de Contabilidade da Universidade Federal do Paraná

E-mail: flaviano@ufpr.br

Endereço: Iriscléia dos Santos Silva

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará - Rua Rio Grande do Sul, s/n - Centro, Rondon do Pará - PA, CEP: 68.638-000, Brasil.

Endereço: Irisnéia dos Santos Silva Muniz

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará - Rua Rio Grande do Sul, s/n - Centro, Rondon do Pará - PA, CEP: 68.638-000, Brasil.

Endereço: Thais Alves Lira

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará - Rua Rio Grande do Sul, s/n - Centro, Rondon do Pará - PA, CEP: 68.638-000, Brasil.

Endereço: Flaviano Costa

Universidade Federal do Paraná- Avenida Lothário Meissner, 632, Jardim Botânico, Curitiba, Paraná, CEP: 80210-170.

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 21/01/2026. Última versão recebida em 10/02/2026. Aprovado em 11/02/2026.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação



RESUMO

O objetivo desta pesquisa é investigar as redes de sociabilidade para o empreendedorismo feminino, com foco na Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA. O empreendedorismo feminino tem se estabelecido como uma relevante alternativa de geração de renda, emancipação financeira e inclusão social para as mulheres. Nos territórios periféricos e rurais, nos quais as políticas públicas são escassas, esse fenômeno tem se propagado, sendo impulsionado especificamente por fatores como a necessidade econômica, o desemprego estrutural e a busca por independência. Nesse contexto, as redes de sociabilidade desempenham papel fundamental na gestão e manutenção dos negócios e ainda na edificação de trajetórias empreendedoras. Para alcançar o objetivo proposto, foi adotada a metodologia de natureza qualitativa, por intermédio de entrevistas semiestruturadas com nove mulheres associadas. Evidenciou-se na análise que a Associação se estabelece como espaço de mutualidade, aprimoramento da autoconfiança e conexão de saberes, sendo essencial para o desenvolvimento das iniciativas empreendedoras locais. A centralidade do apoio entre mulheres, o anseio intenso por maior capacitação e reconhecimento institucional se destacam entre os principais achados da pesquisa. As entrevistas evidenciaram trajetórias significativas e marcadas por sentimentos como orgulho, insatisfação, resistência e resiliência. A partir do que foi observado, conclui-se que a atuação em rede, particularmente por meio da Associação, proporciona benefícios concretos e tangíveis para as atividades econômicas, bem como o fortalecimento das relações entre as pessoas e os grupos envolvidos e o sentimento de pertencimento, configurando-se como elemento chave de grandes e positivas mudanças no contexto amazônico.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Redes de Sociabilidade. Mulher. Economia Local. Associação.

ABSTRACT

The objective of this research is to investigate the networks of sociability for female entrepreneurship, focusing on the Women's Association in Bom Jesus do Tocantins/PA. Female entrepreneurship has established itself as a relevant alternative for income generation, financial emancipation, and social inclusion for women. In peripheral and rural territories, where public policies are scarce, this phenomenon has spread, driven specifically by factors such as economic necessity, structural unemployment, and the pursuit of independence. In this context, social networks play a fundamental role in the management and maintenance of businesses and also in the building of entrepreneurial trajectories. To achieve the proposed objective, a qualitative methodology was adopted, through semi-structured interviews with nine female members of the association. The analysis showed that the Association establishes itself as a space for mutuality, improvement of self-confidence, and connection of knowledge, being essential for the development of local entrepreneurial initiatives. The centrality of support among women, the intense desire for greater training and institutional recognition stand out among the main findings of the research. The interviews revealed significant trajectories marked by feelings such as pride, dissatisfaction, resistance, and resilience. Based on these observations, it is concluded that networking, particularly through associations, provides concrete and tangible benefits for economic activities, as well as strengthening relationships between the people and groups involved and fostering a sense of belonging, thus constituting a key element for significant and positive changes in the Amazonian context.

Keywords: Entrepreneurship. Social Networks. Women. Local Economy. Association.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o empreendedorismo feminino tem ganhado notória visibilidade como sendo um propulsor do desenvolvimento socioeconômico, o que reflete parcialmente a necessidade de a mulher trabalhar para contribuir no sustento familiar (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016). Esse avanço ocorre, principalmente, em contextos econômicos e sociais nos quais as mulheres enfrentam desafios estruturais para ingressar e se manter no mercado de trabalho formal (Amorim; Batista, 2020). Entretanto, o acesso limitado a recursos financeiros, redes de apoio e oportunidades de capacitação configuram como alguns dos desafios específicos enfrentados pelas mulheres empreendedoras (CINEGLAGLIA *et al.*, 2021).

Nesse sentido, apesar de haver desafios, o crescimento do empreendedorismo feminino tem sido impulsionado por diversos fatores como a persistência, coragem, e efetivação dos sonhos, incluindo a necessidade de independência financeira e a busca por maior flexibilidade no ambiente profissional (MAGRINI *et al.*, 2024). Nesse contexto, as redes de sociabilidade emergem como fator essencial para o sucesso das empreendedoras, pois oferecem suporte emocional, acesso a recursos e oportunidades de negócios (LIMA, 2022). Essas redes podem se estruturar de maneira formal, como associações e cooperativas, ou de maneira informal, embasadas em relações comunitárias e laços de confiança, permitindo que as empreendedoras compartilhem estratégias e fortaleçam suas iniciativas (CINEGLAGLIA *et al.*, 2021).

Neste viés, uma das redes pioneiras a fomentar a sociabilidade entre mulheres é a Rede Mulher Empreendedora (RME), cujo propósito é incentivar e apoiar o empreendedorismo feminino no Brasil (FONTES, 2022). Fundada em 2010 por Ana Fontes, inicialmente foi concebida como um blog para partilhar experiências e aprendizados sobre empreendedorismo (FONTES, 2022). A organização evoluiu, tornando-se a primeira e maior plataforma de apoio a mulheres empreendedoras do país, e em 2017 foi criado o Instituto RME, objetivando criar uma rede de apoio para mulheres empreendedoras, especialmente em situação de vulnerabilidade social, moradoras das comunidades ou àquelas com mais de 50 anos, ofertando capacitação e acesso a recursos para a concepção de seus negócios (FONTES, 2022).

Na Amazônia Oriental, precisamente no Sudeste do Estado do Pará, em Bom Jesus do Tocantins, a Associação da Mulher exemplifica como as redes de sociabilidade podem fortalecer o empreendedorismo feminino. Fundada em 1987, a Associação é uma entidade

civil sem fins lucrativos, com sede em prédio próprio, situada no Centro da cidade, tendo como principal objetivo a promoção da união e a defesa dos direitos das mulheres e crianças da comunidade local (Estatuto Social da Associação da Mulher, 1987). A associação oferta cursos profissionalizantes como corte e costura, pintura, bordado e artesanato em geral, visando à capacitação dessas mulheres para o mercado de trabalho, e o fomento do empreendedorismo local (Estatuto Social da Associação da Mulher, 1987).

Nessa perspectiva, a presente pesquisa propõe uma abordagem metodológica voltada à análise da atuação dessas redes, almejando evidenciar suas práticas, desafios e potencialidades no contexto amazônico. E a partir das temáticas já investigadas, identificou-se como lacuna de pesquisa as redes de sociabilidade para o empreendedorismo feminino no cenário da Amazônia Oriental. Nesse contexto, esta pesquisa tem como questão a ser respondida: “Como as redes de sociabilidade são construídas e vivenciadas pelas mulheres empreendedoras na Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA?”. E como objetivo tem-se: investigar as redes de sociabilidade para o empreendedorismo feminino, com foco na Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA.

Assim, esse estudo visa contribuir para a reflexão do impacto das redes de sociabilidade na promoção do empreendedorismo feminino em contextos locais, tais como a Amazônia Oriental (PARENTE *et al.*, 2011). Ao explorar a atuação da Associação da Mulher, o estudo poderá fornecer subsídios para aprimorar políticas de incentivo ao empreendedorismo feminino, reforçando que a colaboração entre mulheres é um pilar essencial para o fortalecimento econômico e social (FONTES, 2022). Visto que os modelos femininos de referência e mentorias especializadas são essenciais para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino, especialmente em contextos nos quais a representatividade feminina em cargos de liderança se manifestam de forma escassa (LENZ; ALVES; MARQUES, 2022).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O empreendedorismo feminino e as redes de sociabilidade

Conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o empreendedorismo consiste na criação e gerenciamento de um negócio visando lucro, sendo também uma ferramenta de geração de empregos, inovação e valor econômico. Mesmo que seja uma prática antiga, o termo se popularizou apenas no século XX, ainda que os empreendedores existam há muito tempo na história da humanidade (SEBRAE, 2023).

De acordo com Rodrigues *et al.* (2021), a entrada da mulher no mercado de trabalho brasileiro ganhou visibilidade a partir da década de 1970, destacando-se no movimento sindical dos anos subsequentes e, com o advento da Constituição Federal de 1988, a igualdade de direitos se consolidou juridicamente, impulsionando o protagonismo feminino, vindo o empreendedorismo a emergir como relevante alternativa para a autonomia econômica das mulheres.

O empreendedorismo feminino tem sido uma alternativa para a inclusão social e econômica das mulheres no mercado formal, pois elas empreendem pela mesma razão que os homens, seja como uma opção de trabalho e renda, seja para contribuir nos rendimentos do grupo familiar (AMORIM; BATISTA, 2011). Para Parente *et al.* (2011), o empreendedorismo social surge como retorno às falhas do Estado e do mercado, sendo as redes de sociabilidade um recurso primordial para a ascensão de iniciativas empreendedoras, representando não apenas canais de apoio mútuo, mas também dispositivos de geração de capital social e empoderamento, sobretudo em ambientes nos quais o empreendedorismo feminino busca combinar objetivos socioeconômicos.

No contexto do empreendedorismo feminino, as redes de sociabilidade são especialmente significativas, oportunizando suporte emocional, compartilhamento das experiências e acesso a recursos financeiros, cooperando para o empoderamento e a autonomia das mulheres empreendedoras (SANTOS; CYPRIANO, 2014). Ainda que as redes de sociabilidade sejam significativas para essas mulheres, existem desafios que limitam seus acessos a esses espaços, tais como as barreiras da desigualdade de gênero, a jornada de trabalho duplicada e a falta de incentivos institucionais, dificultando a participação feminina em iniciativas coletivas (LIMA, 2022). No contexto brasileiro, essas limitações são ainda mais explícitas, pois muitas empreendedoras atuam no setor informal e enfrentam dificuldades na obtenção de recursos, assim como apoio governamental (CINEGLAGLIA *et al.*, 2021).

Como destacam Vieira, Vieira e Enes (2022), as redes de sociabilidade proporcionam um ambiente no qual as mulheres empreendedoras poderão mutuamente se apoiar, trocar conhecimentos e fortalecer seus negócios. Portanto, a formação e o fortalecimento de redes de sociabilidade se mostram como fatores fundamentais para a sustentabilidade dos negócios com liderança feminina, colaborando para a resiliência das empreendedoras diante das adversidades do mercado, ainda contribuem para a expansão de seus empreendimentos e para a conquista de maior autonomia econômica.

As redes de sociabilidade consolidam não apenas os empreendimentos como também proveem impacto positivo no brio e na autonomia das mulheres (FONTES, 2022). Fontes (2022) aborda a expressividade das redes de apoio no fortalecimento do empreendedorismo feminino, citando como exemplo a Rede Mulher Empreendedora (RME), a maior plataforma de apoio às mulheres empreendedoras da América Latina, para reafirmar o quanto é significativo para elas se apoiarem em teias de relacionamentos (FONTES, 2022). Adicionalmente o autor assevera que construir conexões sólidas, tanto formais quanto informais, se torna fundamental para que as mulheres consigam enfrentar os desafios impostos pelo mercado, constantemente marcados pelas desigualdades de gênero.

Ademais, o relatório Global Entrepreneurship Monitor - GEM Brasil (2023) revela que as mulheres exibem índices de empreendedorismo por necessidade relativamente maiores que os homens, evidenciando a alta taxa de inovação e forte presença em ocupações voltadas ao setor de serviços. Uma realidade que exhibe como o empreendedorismo feminino não se limita somente à sobrevivência econômica, mas revela também, a aptidão para liderança e criatividade das mulheres brasileiras (GEM BRASIL, 2023). Nas regiões Norte e Nordeste, a atuação de associações comunitárias e redes de sociabilidade tem sido primordial para oportunizar o fortalecimento de negócios geridos por mulheres, facultando suporte emocional, trocas de experiências e acesso a recursos, elementos que são de valor inestimável para a sustentabilidade e o crescimento desses empreendimentos (GEM BRASIL, 2023).

2.2 Estudos correlatos

O empreendedorismo feminino tem sido vastamente explorado por múltiplas perspectivas, abordando desde os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras até características específicas do fenômeno, como a resiliência, a vocação e a percepção de oportunidades (SILVA et al., 2015). Com base nesse panorama, diversas pesquisas que investigam a inserção das mulheres no mercado de trabalho foram analisadas para fundamentar este estudo, especialmente no que se refere às motivações para empreender e aos impactos socioeconômicos dessas iniciativas (AMORIM E BATISTA, 2011; SILVA, MAINARDES E LASSO, 2016; ARAÚJO E FAHD, 2022; SALES, BALTHAZAR E SILVA, 2023; CASTILHO E ERTZOGUE, 2023).

Entre esses estudos, destaca-se a pesquisa de Amorim e Batista (2011), que, por meio de revisão de literatura, investigou os motivos que levam mulheres a empreender, destacando o papel das mudanças sociais e da exclusão do mercado formal. As autoras identificam que a

autonomia financeira e a busca por conciliação entre vida pessoal e profissional são fatores centrais, ainda que persistam entraves estruturais, como o acesso restrito ao crédito. Nesse cenário, as redes de sociabilidade surgem como elemento chave para superação dessas barreiras. Corroborando essa perspectiva, Silva, Mainardes e Lasso (2016) reforçam que o empreendedorismo feminino no Brasil ainda é marcado por forte presença no setor de serviços. Apesar do maior nível de escolaridade das mulheres em relação aos homens, elas enfrentam obstáculos para expandir seus negócios. Esses dados reforçam a importância das redes de apoio e de políticas públicas que promovam equidade de gênero no ambiente de negócios.

Avançando na análise, Araújo e Fahd (2022) investigaram o empreendedorismo feminino no meio rural, em contexto de economia solidária. Por meio de entrevistas e observações, constataram que a construção de redes entre mulheres possibilitou apoio mútuo, compartilhamento de saberes e geração de renda. Nesses contextos de vulnerabilidade, a cooperação revela-se uma estratégia essencial para a autossuficiência social e econômica.

Na mesma linha, o estudo de Sales, Balthazar e Silva (2023) amplia a discussão ao analisar o grupo Erva Vida, formado por mulheres erveiras em Marudá/PA. A partir da etnografia e cartografia social, os autores identificaram que essas redes articulam práticas tradicionais, resistência cultural e vínculos afetivos como formas de enfrentamento às desigualdades. Nesse processo, consolida-se uma identidade coletiva feminina enraizada no território.

Complementarmente, Castilho e Ertzogue (2023) dialogam com os estudos anteriores ao analisarem a Feira das Manas, em Palmas/TO. Por meio de técnicas como netnografia e entrevistas, as autoras identificam o coletivo como espaço de inovação e resistência, onde a cooperação fortalece os vínculos entre mulheres e promove emancipação, reiterando a centralidade das redes de sociabilidade nos processos de transformação social.

Diante dessas contribuições, constata-se que as redes de sociabilidade desempenham papel decisivo no fortalecimento do empreendedorismo feminino, sobretudo em contextos marcados por desigualdades sociais, territoriais e econômicas. Ainda assim, permanece a necessidade de investigações mais aprofundadas sobre o funcionamento dessas redes em realidades locais específicas, como no caso da Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA, foco do presente estudo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa e documental, na qual foi adotado como procedimento metodológico o estudo de caso, que se mostra adequado à investigação de aspectos imateriais, proporcionando profundidade para a interpretação dos sentidos e relações sociais a partir das perspectivas das participantes, o que é essencial quando se busca compreender as experiências particulares em contextos sociais específicos (DUARTE, 2004).

A coleta dos dados ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas, análise documental de atas de reunião, estatuto da associação e outros documentos úteis para responder à questão de pesquisa deste estudo. Adicionalmente, foi realizada a observação não participante de eventos promovidos pela associação e de reuniões de alinhamento da entidade. À vista disso, busca-se realizar a triangulação dos dados e discutir por diferentes referências os resultados identificados. Nesse sentido, Martins (2018) destaca que a entrevista é um procedimento eficiente no estabelecimento de contato direto com os indivíduos pesquisados, sendo indispensável para perceber como essas mulheres estabelecem as redes de sociabilidade e encaram os desafios no seu dia a dia na Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA. Dessa forma, a coleta de dados foi realizada por meio de um roteiro semiestruturado, visto que permite flexibilidade ao pesquisador, possibilitando que as entrevistadas se sintam confortáveis e se expressem com maior espontaneidade (LEITÃO, 2024). Ademais, esse tipo de entrevista permite que o pesquisador adquira espaço e realize a adaptação das perguntas de acordo com o que for surgindo ao longo da escuta (MARTINS, 2018).

Para a realização das entrevistas, as participantes foram selecionadas por intermédio da técnica de amostragem “bola de neve”, que é uma forma de amostra não probabilística para entrevistas. O critério de saturação dos dados foi definido tomando como base a repetição das informações, ou seja, quando as respostas se tornaram repetitivas, sem acréscimo de novidades, concluiu-se que já era viável encerrar essa etapa, pois já foi alcançada a saturação dos dados, isto é, não havia mais novos elementos que pudessem contribuir para a compreensão do fenômeno estudado (LEITÃO, 2024; MARTINS, 2018).

Nesse sentido, ao todo foram entrevistas nove associadas. As entrevistas foram realizadas de forma presencial, em horário e local pré-definido e em comum acordo com cada participante. Com a necessária autorização, as entrevistas foram gravadas e transcritas pelos pesquisadores na íntegra, para que a fidelidade dos dados seja preservada, de acordo com o que recomendam Boni e Quaresma (2005). Além disso, os princípios éticos da pesquisa

científica foram respeitados em todos os procedimentos, as participantes serão informadas sobre os objetivos da pesquisa e os seus direitos por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), o qual assinaram, assegurando-as que tiveram sua identidade preservada, bem como liberdade de desistência a qualquer momento, conforme as orientações do Conselho Nacional de Saúde - CNS.

A fim de estruturar o roteiro de entrevistas operado na coleta de dados da presente pesquisa, procedeu-se à análise de estudos anteriores os quais abordam o empreendedorismo feminino e as redes de sociabilidade. E, posteriormente, foi realizado pré-teste com duas empreendedoras locais com o foco em refinar as questões do roteiro. O roteiro da entrevista se estrutura em dois blocos: o primeiro, composto por perguntas de caráter sociodemográfico, visando identificar dados como nome, idade, escolaridade, quantidade de filhos, profissão ou ocupação, tempo em que atua como empreendedora, campo de atividade e participação em redes de apoio, corroborando na contextualização do perfil das entrevistadas, permitindo uma prudente análise qualitativa dos dados (LEITÃO, 2024).

O segundo bloco possui perguntas temáticas, fundamentadas em estudos anteriores, que contemplam desde aspectos como motivações empreendedoras, obstáculos enfrentados, o papel das redes de apoio, assim como o desenvolvimento pessoal e profissional das mulheres empreendedoras (CARREIRA *et al.*, (2015); SALES; BALTHAZAR; SILVA, (2023) e SILVA; MAINARDES; LASSO (2016)). As questões relacionadas à origem dos primeiros clientes, à influência de tradição empreendedora na família e ao tipo de vínculos articulados como apoio no negócio, considerando a significância das redes de sociabilidade femininas no fortalecimento de suas trajetórias, foram incluídas com base no estudo de Vale, Serafim e Teodósio (2011).

Bloco 2 – Roteiro de entrevista produzido com base em estudos sobre empreendedorismo feminino e redes de sociabilidade.

Pergunta da entrevista	Artigo utilizado como referência
O que motivou você a iniciar seu próprio empreendimento?	Carreira, <i>et al.</i> , (2015)
Você tem alguém da sua família que já foi ou é empreendedor(a)?	Vale, Serafim e Teodósio (2011)
Ao iniciar seu empreendimento, de onde vieram seus primeiros clientes?	Vale, Serafim e Teodósio (2011)
Quais dificuldades você enfrentou no início da sua trajetória empreendedora?	Carreira <i>et al.</i> , (2015)
Você acredita que possuir características específicas ajudou na sua trajetória como empreendedora? Quais?	Silva, Mainardes e Lasso (2016)

Como você enxerga o papel da mulher no empreendedorismo em sua comunidade?	Silva, Mainardes e Lasso (2016)
Você teve/tem o apoio de familiares ou amigos para iniciar ou manter seu empreendimento?	Sales, Balthazar e Silva (2023)
Participar de redes ou grupos de mulheres influenciou na consolidação do seu empreendimento?	Sales, Balthazar e Silva (2023)
Como as redes de apoio influenciam o seu empreendimento no dia a dia?	Sales, Balthazar e Silva (2023)
Você já participou de capacitações, treinamentos ou eventos que contribuíram para seu desenvolvimento como empreendedora?	Silva, Mainardes e Lasso (2016)
Como você equilibra as demandas do seu empreendimento com as responsabilidades familiares e pessoais?	Carreira <i>et al.</i> , (2015)
Com quem você costuma dialogar ou buscar ajuda quando precisa tomar decisões importantes no seu empreendimento?	Vale, Serafim e Teodósio (2011)
Em sua opinião, o que poderia ser feito para melhorar as condições de mulheres empreendedoras na sua região?	Carreira <i>et al.</i> , (2015)

Fonte: Elaborado pelos autores.

A inclusão desses blocos de perguntas possibilita uma exploração articulada, tanto do contexto individual das participantes quanto dos dados relacionais que motivam o empreendedorismo feminino no cenário local, objeto do presente estudo (LEITÃO, 2024). Adiante, apresentam-se a tabela com as perguntas devidamente formuladas e as respectivas fontes teóricas de onde decorrem.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção é apresentada a discussão dos resultados coletados por meio de entrevista semiestruturada, a qual foi realizada junto às mulheres empreendedoras da Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA. As análises foram organizadas em dois blocos principais: o perfil sociodemográfico das participantes e os aspectos temáticos relacionados ao empreendedorismo feminino e às redes de sociabilidade. Fundamentando-se na escuta sensível de suas experiências, os dados foram interpretados conforme orientação dada pela análise temática proposta por Duarte (2004), almejando compreender como esses relatos dialogam com os objetivos da presente pesquisa e ainda com os referenciais teóricos já abordados nos capítulos anteriores.

4.1 Perfil sociodemográfico das entrevistadas

Participaram da presente pesquisa nove mulheres, associadas à Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA, com idades entre 26 e 61 anos, na qual predominam as mulheres casadas e com filhos. Com escolaridade que varia entre o ensino fundamental incompleto e ensino superior completo. Em relação à atuação empreendedora, observa-se que há uma diversidade significativa: algumas empreendem há menos de cinco anos, enquanto outras acumulam o tempo de experiência em mais de duas décadas. As áreas de atuação englobam especialmente o setor do comércio informal, com destaque para as áreas de confeitaria, venda de semijoias, perfumaria, artesanato e produtos diversos, todos executados de forma autônoma.

Em relação à ocupação principal, algumas mulheres conciliam o trabalho formal com o atual empreendimento, enquanto outras têm o negócio como única fonte de renda.

A maioria das entrevistadas expuseram que têm e tiveram o apoio de familiares, especialmente do cônjuge, embora outras tenham relatado a ausência desse apoio no início da trajetória. Em todos os casos, evidenciou-se que os contextos pessoais e a diversidade de trajetórias caracterizam o empreendedorismo feminino local, destacando-se a relevância das redes de sociabilidade, redes de apoio - formais ou informais - e da autonomia, como elementos fundamentais na sustentação e continuidade dessas mulheres como empreendedoras na região de Bom Jesus do Tocantins/PA.

Embora todas as entrevistadas tenham autorizado a publicação de seus nomes, optou-se por manter em sigilo as suas identidades, identificando-as com pseudônimos, como forma de preservar a confidencialidade e anonimato dessas mulheres, aderindo aos princípios éticos que norteiam esta pesquisa científica.

4.2 Primeiros passos e conexões iniciais: O ingresso no empreendedorismo e as redes iniciais de apoio

As motivações pelas quais as mulheres da Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA decidiram ingressar no âmbito do empreendedorismo revelam que elas estão intimamente ligadas à busca por emancipação, à necessidade de sobrevivência e à valorização de suas habilidades pessoais ou por se sentirem desvalorizadas em atividades sujeitas a ordens de terceiros. Identificou-se que essas motivações não surgem de um projeto de negócio anteriormente desenvolvido, mas sim da necessidade, oriunda de vivências reais de exclusão e de práticas de resistência ocorridas no cotidiano.

Essa realidade é destacada pela “Empreendedora 01”, quando afirma que sua motivação para empreender foi a necessidade associada à insatisfação com o trabalho para terceiros: “O que me motivou foi a necessidade. Eu já não gostava mais de trabalhar para os outros, e também não tinha escolaridade suficiente.” [...] (E1). Ademais, a “Empreendedora 09” ainda frisou a motivação coletiva e afetiva, unindo a criação da Associação da Mulher ao intuito de transformar sua realidade e a de outras mulheres:

Então, o que me levou a fazer parte do empreendedorismo desde quando criou a associação, porque, pensando em melhorar minha condição de vida, conhecer pessoas novas e também contribuir pra melhorar a vida de muitas outras colegas. [...] (E9)

Em cenários desprivilegiados, como o da região amazônica, essas dimensões se fortalecem ainda mais, especialmente por estarem profundamente fixadas em redes familiares e comunitárias, como sugerem Sales, Balthazar e Silva (2023), ao abordarem especificamente o papel das “ervas e rezas” como pilares que sustentam as práticas empreendedoras. Outro fator identificado nas falas das participantes diz respeito à influência do contexto familiar na decisão de empreender. A análise das respostas revela que, apesar de as participantes possuírem vínculos familiares com pessoas empreendedoras, é no espaço de vivência da Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA que elas potencializam essas experiências, transformando-as em prática cotidiana.

A maioria das participantes afirmaram ter familiares empreendedores e que o incentivo partiu de dentro da sua própria casa, como no caso da E9 ao mencionar que tem uma irmã empreendedora, a qual produz bolsas e tapetes, e disse ainda que se inspira em pessoas que “não ficam de braço cruzado”:

[...] Tem uma irmã que mora no sul da Bahia, ela confecciona bolsa, tapete, costura, enfim, pra também favorecer a renda familiar. E nisso eu sempre gosto de admirar as pessoas que não ficam de braço cruzado, vai à luta, buscar curso, aperfeiçoar, busca conhecimento e assim está sempre inovando. (E9)

Por outro lado, quando indagada, a “Empreendedora 06” responde objetivamente que: “não” e, embora o incentivo familiar seja relevante, a sua decisão de empreender surgiu de forma mais independente, sendo ela fortemente influenciada por sua experiência profissional advinda do seu emprego anterior, o que comprova que é possível converter habilidades pessoais em fonte de renda, e que mesmo sem referências familiares diretas, sua ausência não

impede que redes de sociabilidade mais extensas (amigas, vizinhas e associações) operem como suporte inicial.

Castilho e Ertzogue (2024) reafirmam essa dinâmica, ao analisarem como feiras e coletivos femininos atuam como ambientes de socialização e aprendizado mútuo. Dialogando também com os achados de Araújo e Fahd (2022), ao destacarem que, nos contextos rurais amazônicos, as redes solidárias são bem mais decisivas que os padrões familiares formais.

Predominantemente, o círculo de relações pessoais, ou seja, familiares, amigos e vizinhos e em muitos casos, vínculos fortalecidos por intermédio da Associação da Mulher, atuaram como incentivadores da rede de confiança e apoio primário, para obtenção dos primeiros clientes das participantes. Como agente de aproximação entre as empreendedoras e os eventuais clientes, a E9 enfatizou a vivência coletiva nas reuniões da Associação:

Os primeiros clientes surgiram com a necessidade da gente estar sempre, a cada mês, nos reunindo pra trocarmos ideias.” [...] “Muitas pessoas que às vezes estavam até deprimidas voltavam pra casa realizadas, porque sentia-se assim: motivadas, com vontade de viver, crescer e aprender. (E9)

Os achados de Sales, Balthazar e Silva (2023) destacam essa rede de apoio comunitária, ao identificarem nas práticas entre mulheres do território litorâneo da Pará, uma lógica de sociabilidade que vai além do econômico, se articulando ao cuidado, à troca, bem como à solidariedade. Castilho e Ertzogue (2024), da mesma forma, mostram como esses ambientes de convivência edificam, a longo prazo, a permanência das mulheres nos seus empreendimentos.

No entanto, não estiveram isentas das barreiras encaradas no início da jornada empreendedora. As falas das participantes revelam que as dificuldades financeiras, emocionais e estruturais marcaram o início de suas trajetórias como empreendedoras, essas adversidades foram enfrentadas tanto no ambiente familiar quanto no espaço comunitário. Em meio a esses obstáculos, a Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA emerge como indispensável rede de apoio, troca e resistência.

Algumas participantes, como a “Empreendedora 02” e a “Empreendedora 07” alegam que o fiado e a inadimplência dos clientes são um grande problema: “A dificuldade que tenho é a questão do fiado.” [...] (E2). “A única dificuldade que eu encontro em empreender é essa questão: como eu vendo as minhas mercadorias a prazo, tem pessoas que não são fiéis, no pagamento.” [...] (E7). Adicionalmente, a “Empreendedora 04” e a E6 apontaram a falta de capital inicial: “No início foi um pouco difícil, porque não tinha o capital.” [...] (E4). “A

maior dificuldade foi: o pouco recurso financeiro para adquirir as frutas, freezers e maquinário para fabricação dos sucos.” (E6)

Desde cedo, o espaço coletivo é tido como um local de escuta, legitimação e encorajamento. Essa dinâmica é coerente com os achados de Sales, Balthazar e Silva (2023), que apontam as redes femininas amazônicas como estratégias cotidianas de enfrentamento aos entraves sociais e econômicos. Araújo e Fahd (2022) complementam esse entendimento ao reforçarem que as redes solidárias femininas são um meio eficaz de lidar com obstáculos estruturais no contexto rural amazônico.

4.3 Força, reconhecimento e alianças: características pessoais, reconhecimento comunitário e apoio familiar

As participantes reconheceram em si mesmas atributos que foram imprescindíveis para superar desafios e prosseguirem à frente de seus empreendimentos. Entre as qualidades citadas, estão a persistência, a coragem, a paciência, a criatividade e a proatividade, aspectos estes que não surgem de forma isolada, mas que se desenvolvem e se revigoram no convívio com outras mulheres, especialmente no cenário coletivo da Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA.

A E4 comenta que sempre acreditou em si mesma, bem como seus amigos que a motivaram e a encorajaram a prosseguir: “Sempre acreditei no meu potencial, porque tenho duas amigas que sempre me motivaram.” [...] (E4).

Mesmo nas dificuldades a “Empreendedora 05” e a “Empreendedora 08” afirmaram que sempre se mantiveram determinadas e persistentes: “É a minha determinação, eu sempre acredito que o meu empreendimento vai pra frente e vai crescer.” (E5). [...] “Como eu costumo dizer, sou brasileira, sou mulher, sou maranhense e sou persistente, então eu não desisto fácil dos meus objetivos.” (E8)

Essas falas convergem com o estudo de Castilho e Ertzogue (2024) que destacam como a integração aos grupos femininos contribui significativamente para o fortalecimento técnico e subjetivo das empreendedoras. Do mesmo modo, Silva, Mainardes e Lasso (2016) afirmam que as capacidades individuais das mulheres são refinadas e aprimoradas com frequência nesses ambientes de troca de experiências, compartilhamento de conhecimentos e incentivo mútuo.

O papel da mulher no empreendedorismo de Bom Jesus do Tocantins/PA é largamente admitido pelas participantes como um agente de transformação, pois são maioria à frente dos empreendimentos locais. E, mesmo diante deste papel de destaque, ainda vivenciam desafios

simbólicos, como a falta de valorização e reconhecimento, o que reafirma a relevância de redes como a Associação da Mulher para apoiar, perceber e fortalecer suas presenças. A E1 expressa sua visão ao afirmar que as empreendedoras locais gostariam de ser bem mais valorizadas:

O empreendedorismo local é constituído em sua maioria por mulheres. E mesmo assim não somos tão valorizadas como deveríamos e gostaríamos de ser. Precisamos de mais reconhecimento.” (E1)

Para a E7, além de se destacar como empreendedora, a mulher é fonte de renda para muitas famílias: [...] “Na minha comunidade a mulher empreendedora tem ganhado papel de destaque, sendo geradora de fonte de renda para as outras famílias.” (E7). Esses relatos refletem o que Castilho e Ertzogue (2024) identificam: a força do empreendedorismo coletivo que ultrapassa o papel de elemento gerador de renda, sendo também observado como instrumento de visibilidade e empoderamento. Os riscos de não perceber a potência econômica das mulheres, especialmente em regiões periféricas, são amplamente reforçados por Amorim e Batista (2011). Já Sales, Balthazar e Silva (2023) ressaltam que, nas redes de sociabilidade da região amazônica, o trabalho feminino é um pilar essencial e está visivelmente atrelado ao bem-estar das comunidades.

A partir das declarações sobre o apoio familiar e comunitário, é possível perceber as formas de capital mobilizado nas empreendedoras locais e, conforme a análise das respostas, a maior parte das mulheres participantes teve apoio de familiares ou amigos para principiar ou manter seu negócio. Esse apoio manifesta-se de diferentes maneiras, seja financeira, afetiva, motivacional e até mesmo na pessoa do próprio cliente.

Entretanto, há também relatos da negativa do suporte familiar, reforçando ainda mais o papel essencial das redes de sociabilidade externas, como é o caso da Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA, para conservar suas trajetórias. A “Empreendedora 02” compartilha que o esposo foi o maior incentivador, em sua trajetória:

Tive o apoio do meu esposo, e para que eu pudesse iniciar, ele vendeu a placa de moto dele, lá na cidade onde morávamos. [...] Meu esposo sempre me dizia: minha filha vende alguma coisa, faz alguma coisa, tu tem cacife para isso. [...] (E2)

Outras, como é o caso da “Empreendedora 03” e a E8, revelam a falta de apoio do cônjuge e que até hoje nunca as incentivou, mas que iniciaram sua trajetória com muita fé e persistência: “Por parte do meu esposo, nunca tive apoio, mas sempre tive com o apoio dos amigos.” (E3). “Não. Com a minha fé em Deus e a persistência que tenho, e graças a Deus por

isso.” (E8). Esse cenário é ratificado no que Araújo e Fahd (2022) observaram dentro do âmbito amazônico: onde a presença de redes de sociabilidade, sejam elas formais ou informais, atuam como base primordial na manutenção dessas mulheres empreendedoras, especialmente diante de insuficiências institucionais e familiares. Castilho e Ertzogue (2024) reforçam que a união entre mulheres, organizadas em coletivos, além de contribuir para o início da jornada empreendedora, proporciona também a elas a sua continuidade.

4.4 Redes que fortalecem: participação coletiva e formação na construção do empreendimento feminino

Quando questionadas se participam de algum grupo, associação ou coletivo, a maioria das entrevistadas afirmou que sua atuação está relacionada à própria Associação da Mulher. O que ocasionou impacto relevante na consolidação de seus empreendimentos. Além de oportunidades para divulgar e expandir seus negócios, de forma unânime as participantes reconhecem que esses espaços de convivência oportunizam aprendizado, suporte afetivo, fortalecimento da autoestima e incentivo prático.

A EP. 01 aponta que a Associação está sempre promovendo capacitações: “Sim, de certo modo ajudou. A Associação sempre oferece algo, como cursos ou formações.” [...] “Isso influencia muito nosso crescimento.” (E1). Já E7 destaca o apoio coletivo recebido por sua participação na Associação da Mulher, quando passou por problemas de saúde:

[...] Devido estar junto com essas mulheres da associação, tenho força para manter esse empreendimento, pois elas me ajudam e a Associação da Mulher está sempre me apoiando também no meu empreendimento. (E7)

Segundo Castilho e Ertzogue (2024), esse modelo de sociabilidade é um dos esteios da perseverança feminina no contexto empreendedor, especialmente em ambientes com notáveis desigualdades, marcados também pela ausência do poder público. De forma semelhante, Sales, Balthazar e Silva (2023) também afirmam que as redes femininas no território amazônico são expressões visíveis de resistência, tanto de modo prático quanto simbólico, diante do processo de marginalização.

Reconhecer a relevância das redes e grupos de mulheres na solidificação dos empreendimentos revela o quanto o resultado da união feminina é significativo e benéfico para cada empreendedora, tanto em termos práticos quanto emocionais. Para essas mulheres, essas redes, em especial a Associação da Mulher, desenvolve seu papel como sendo um ambiente de fomento, partilha de experiências, acesso a recursos informativos e de crédito e, principalmente, como fonte de motivação e perseverança.

A E2 e a E5 mencionam que uma empreendedora encoraja a outra com os relatos de sua trajetória de participação nessas redes e grupos de mulheres:

Olha, as redes de apoio são um diferencial pra mim. Por muitas vezes nos sentimos mais forte só de ouvir o que outras mulheres passaram e como elas continuam determinadas, os exemplos que elas dão ela tem muito para ensinar a gente. [...] É esse carinho, essa troca entre a gente, que me fazem todo dia querer continuar. (E2)

Sim. Porque lá (na Associação) acontece várias vezes, palestra falando de empreendedorismo, falando das mulheres, e mulheres contando a sua história, de como foi que começou seu empreendimento e como está hoje, então querendo ou não isso motiva o empreendedorismo, no caso meu caso, o empreendedorismo mulher. (E5)

Para Castilho e Ertzogue (2024), esse tipo de apoio é vital, possibilitando que as mulheres consigam ultrapassar as barreiras do empreendedorismo em contextos socialmente fragilizados, pois as redes de sociabilidade funcionam como ponte entre o individual e o coletivo, gerando um ambiente de pertencimento, que sustenta o ato de empreender. Corroboram com esse entendimento Sales, Balthazar e Silva (2023) ao apontarem que, no cenário específico da Amazônia, a convivência feminina em redes solidárias se constitui como uma estratégia primordial de resistência ao isolamento tanto econômico, quanto simbólico, contribuindo diretamente para o fortalecimento do empreendedorismo local, e ainda promovendo a resiliência e a autossuficiência dessas empreendedoras na região.

A participação em capacitações, treinamentos e eventos evidenciou que as participantes encontram nesses espaços não apenas suporte emocional e trocas de experiências, mas também oportunidades efetivas para adquirir conhecimentos técnicos, crescimento profissional e, dessa forma, oportunizar a ampliação de sua visão empreendedora. Essas formações foram um diferencial na vida dessas mulheres, sendo vivenciadas de forma coletiva, especialmente no âmbito da Associação da Mulher. As Empreendedoras 01 e 08 comentam sobre os vários cursos dos quais tiveram a oportunidade de participar pela Associação da Mulher:

[...]Particpei de várias capacitações da Associação da Mulher, principalmente as do SEBRAE. Foram bastante úteis para que eu pudesse aprender sobre finanças, atendimento ao cliente e gestão do negócio. Gostei muito das capacitações, pois através delas tive boas ideias. (E1)

Sim, lá mesmo na associação nós já recebemos pessoas que vieram trazer capacitação, mostrar como funciona o atendimento do balcão, como funciona as vendas, como gerenciar, então fomos muito bem atendidos pela associação, e isso é muito bom, essa formação que tivemos. (E8)

Isso reforça a perspectiva de Sales, Balthazar e Silva (2023) que analisaram como as mulheres do território amazônico constituem suas redes, nas quais coordenam saberes

tradicionais e formais, promovendo a mutualidade nesses espaços coletivos, ressaltando a significância desse subsídio para o desenvolvimento de habilidades e o empoderamento. Contribuindo com a análise, Castilho e Ertzogue (2024) também destacam que as formações técnicas adquirem uma dimensão mais significativa quando assistidas de suporte emocional e troca de experiências em grupos ou associações.

4.5 Apoios, estratégias e possibilidades: A influência das redes na experiência empreendedora

Ao relatar como se organizam para equilibrar o trabalho produtivo, com as tarefas domésticas e familiares, as participantes deixam explícito que esse procedimento reivindica muito mais que um esforço individual. Essa dinâmica de conciliação exige organização, disciplina e, sobretudo, apoio ou suporte dos familiares, algumas conseguem administrar melhor seu tempo pelo fato de atuarem em casa ou com horários adaptáveis, enquanto as demais expõem sobrecarga de serviço. Entretanto, em todos os casos existe um controle contínuo entre as múltiplas tarefas do cotidiano com a jornada empreendedora, às vezes em articulação com o que experienciaram no coletivo feminino na Associação da Mulher. A E2 afirma que tenta conciliar suas demandas, mantendo a organização de seus horários, mas que nem sempre consegue dar conta de tudo:

É assim, balança mas não cai, mas a gente dá um jeito e se mantém firme. [...] Me organizo assim: trabalho fora pela manhã e à tarde estou sempre na loja. Mesmo não funcionando de portas abertas, e sim de porta fechada, pois vendo muito online, então eu concilio casa, marido, filho, trabalho e a loja, tudo junto, mas dou conta. (EP. 02)

Por sua vez, a E7 e a E9 destacam que conciliar suas demandas, enquanto mulher, não tem sido uma tarefa muito fácil, é algo que exige muito delas:

“Não tem sido fácil equilibrar as demandas sendo mulher, mãe de criança pequena e ainda trabalhar fora de casa, pois exige muito da gente, e mesmo na dificuldade, todos os dias estamos de pé.” (E7)
“Cuidar de casa, missão de trabalho, filho, marido, igreja...” [...] “Então você tem que ter muito jogo de cintura – o quê? Estratégia!” [...] “Tento dividir meu tempo fazendo uma atividade, pensando na outra e pensando em algo pra fazer.” (E9)

Para Sales, Balthazar e Silva (2023) as mulheres conseguem edificar formas de consolidar e manter seus negócios justamente quando compartilham suas experiências de sobrecarga, o que as proporcionam articular soluções coletivas. O empreendedorismo feminino no Brasil, segundo Amorim e Batista (2011), em várias ocasiões, emerge como uma possibilidade de participação na economia, sem abandonar completamente suas

responsabilidades domésticas, o que pode desencadear divergências, mas também estratégias singulares de organização para balancear essas duas jornadas.

Tomar decisões estratégicas para o empreendimento demanda organização, pois não é um processo isolado, exige confiança, escuta e apoio. As participantes relatam que buscam a opinião e a participação de seus principais interlocutores: familiares mais próximos, como esposos, filhos ou irmãs. Algumas, no entanto, tomam suas próprias decisões, por convicção ou por ausência de suporte direto. Embora não tenha sido nominalmente citada, a Associação da Mulher está presente como elemento fundamental das vivências dessas mulheres, exercendo influência indireta, e significativa, sendo parte do contexto da rede de suporte ou da comunidade que as cerca.

Em suas falas a E1 e E8 expressaram a ausência de suporte relacionado à tomada de decisões em seus empreendimentos:

“Não tenho com quem conversar. Como trabalho sozinha, e meu empreendimento é pequeno, coloco as ideias no papel, pesquiso, analiso os prós e contras e tomo a decisão por mim mesma.” (E1)

“Eu mesma tomo as minhas próprias decisões, porque às vezes eles não querem concordar (minha família: os filhos e esposo), então toco o barco sozinha, e tenho conseguido graças a Deus.” (E8)

Já a EP4 e EP5 e demais participantes de forma unânime destacam seus familiares mais próximos: filhas, esposos e irmãs como sendo o suporte na tomada de decisões em seus empreendimentos: “Busco dialogar com meu esposo, ele é o meu suporte.” (EP4). “Com quem mais converso sobre o meu empreendimento, sobre meu negócio, é com o meu esposo.” [...] “Tudo que a gente vai fazer, sempre conversamos um com o outro.” [...] (EP5)

Castilho e Ertzogue (2024) destacam que, mesmo nas situações em que as mulheres tomam decisões de forma individual, essa autonomia não surge do nada, é frequentemente desenvolvida e fortalecida a longo prazo, a partir da interação e participação em grupos ou ambientes coletivos, como ocorre na Associação, pois aprende com as experiências alheias, fortalecendo suas próprias escolhas. Novamente, Araújo e Fahd (2022) indicam que a exemplo do território amazônico, há uma visível precariedade institucional, revelando que as conexões informais entre as pessoas são absolutamente essenciais, para superar os desafios, proporcionando que as mulheres possam tomar e manter decisões relevantes para seus negócios.

Reforçam ainda a necessidade de capacitação continuada, com a oferta de cursos, workshops, palestras que as auxiliem a aprimorar suas capacidades, aprender novas técnicas ou se adaptar às mudanças, bem como o reconhecimento do trabalho feminino, pois não se

trata apenas da parte financeira ou cursos, mas da valorização social em especial o poder público, em relação ao que elas produzem e ao papel que desempenham.

À vista disso, a valorização da Associação da Mulher confirma a relevância das redes de sociabilidade, pois é vista como um pilar, um suporte interno essencial. E por mais significativa que seja a Associação para essas mulheres, ela não supre todas as suas necessidades. Há um lapso real deixado pelo poder público que limita o potencial e a sustentabilidade de suas ações e do trabalho que executam.

A E1 e a E5 defendem que no cenário empreendedor local há uma necessidade de mais iniciativas para capacitar essas mulheres: [...] “Se tivéssemos mais iniciativas voltadas à capacitação, administração financeira e valorização, poderíamos crescer muito mais e conseguiríamos também uma maior valorização.” (E1). Para a E6 e a E8, é necessário que haja parcerias entre o poder público e instituições particulares, para que aconteça um investimento seguro nas redes de sociabilidade: [...] “Deve haver um incentivo maior tanto da gestão municipal quanto das empresas particulares para encorajar e fortalecer o empreendimento das mulheres.” (E6)

[...] A gestão municipal pode dar um apoio trazendo formação e onde possa também as empresas particulares dentro do município possam estar também nos acolhendo, nos ajudando a crescer juntamente com o município, porque assim traz um investimento melhor e uma segurança para as associadas, para que elas cresçam no amanhã, para dar segmento ao seu empreendimento. (EP. 08)

Amorim e Batista (2011) trazem uma advertência significativa, sugerindo que, enquanto não houver políticas públicas exclusivas para o empreendedorismo feminino, o trabalho das mulheres empreendedoras tende a ficar na informalidade, deixando-as vulneráveis, invisíveis, não aparecendo oficialmente nas estatísticas, desvalorizando-as na sociedade e no mercado, diminuindo o potencial de crescimento e de impacto social e econômico.

Complementando a visão anterior, Araújo e Fahd (2022) argumentam que, quando o Estado falha em provisionar o apoio necessário, redes solidárias são uma estratégia eficaz e "efetiva" para as mulheres se ajudarem e superarem os obstáculos, reforçando a ideia de que a Associação da Mulher é um exemplo de plataforma estratégica na organização, luta política e na busca por visibilidade e investimentos que são essenciais para o desenvolvimento e formalização do trabalho das mulheres.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa objetivou investigar as redes de sociabilidade para o empreendedorismo feminino, com foco na atuação da Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/PA. No decurso da análise, foi possível atestar que a aludida Associação representa uma rede basilar de suporte, acolhimento e qualificação para as mulheres que empreendem no município. A partir dos relatos das participantes, constatou-se que esse espaço ultrapassa a função institucional: configurando-se como cerne de fortalecimento coletivo, onde são partilhadas suas experiências, dificuldades e estratégias de superação.

Os resultados assinalam que as redes de sociabilidade edificadas no interior da Associação colaboram de forma efetiva para a permanência e o desenvolvimento das empreendedoras locais, atuando como fonte de motivação, aprendizagem e suporte emocional. Naturalmente as mulheres desenvolvem características como persistência, criatividade e coragem, contudo essas habilidades se tornam muito mais potentes e eficazes quando vivenciadas em rede, notadamente quando a rede é constituída por mulheres que enfrentam realidades similares.

Entre os principais desafios identificados pelas participantes estão a sobrecarga em ter que conciliar as exigências do trabalho/empreendimento com as responsabilidades de casa e família, a ausência de valorização e credibilidade por parte de instituições formais, bem como da sociedade em geral em relação ao trabalho feminino, e ainda a ausência ou insuficiência de políticas públicas que apoiem e incentivem o empreendedorismo feminino. Mesmo diante das adversidades enfrentadas, muitas expressaram orgulho por integrar a Associação, enfatizando a relevância desse espaço como um ambiente essencial, ajudando-as a crescer individualmente, promovendo mudanças e melhorias para o coletivo como um todo e para a realidade feminina em geral, sendo vista como um agente de transformações individuais e coletivas.

A pesquisa também enfrentou algumas limitações. A princípio este estudo enfrentou dificuldades, principalmente para acessar os documentos institucionais da Associação, devido estarem em uso contínuo pela equipe de coordenação, o que os tornava indisponíveis, sendo disponibilizado apenas o Estatuto Social, da época da fundação da entidade. Percebeu-se uma fase de entusiasmo com a temática, mas também uma certa resistência, que surge como um contraste, indicando que a aceitação teórica não se converteu facilmente em disponibilidade prática.

Recomenda-se realizar estudos análogos com outras associações de mulheres, que também possam contribuir para uma melhor compreensão do papel das redes de sociabilidade na manutenção do empreendedorismo feminino em contextos locais, vulneráveis ou rurais. Ao executar essas sugestões, as futuras pesquisas não só aumentarão o percentual de participação, mas também fortalecerão o vínculo com o coletivo a ser analisado ou interpretado, garantindo que os dados coletados sejam ainda mais valiosos e representativos.

REFERÊNCIAS

AMORIM, R. O; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Revista Uniandrade**, Curitiba, v. 11, n. 1, p. 75-90, jan./jun. 2011. Disponível em: http://www.uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 19 mar. 2025.

APOLONIO RODRIGUES, D. M *et al.* Emprendimiento social femenino: experiencias en los estados del noreste brasileño desde la perspectiva del desarrollo regional. **Revista Tecnológica – ESPOL**, Guayaquil, EC, v. 33, n. 3, p. 110-125, 2021. DOI: 10.37815/rte.v33n3.879. Disponível em: <https://rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/879>. Acesso em: 25 abr. 2025.

ARAÚJO, A. L; FAHD, P. G. Economia solidária e os desafios do empreendedorismo feminino rural: um estudo de caso na Associação das Colônias. **P2P e Inovação**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 29-49, 2022. DOI: 10.21721/p2p.2022v9n1.p29-49. Disponível em: <https://revista.ibict.br/p2p/article/view/6079>. Acesso em: 19 mar. 2025.

ASSOCIAÇÃO DA MULHER (Bom Jesus do Tocantins, PA). Estatuto social. Bom Jesus do Tocantins, 1987. [Documento interno].

BONI, V; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista de Ciências Sociais**, Londrina, v. 36, n. 1, p. 81-100, jan./jun. 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/download/18027/16976/56348>. Acesso em: 15 abr. 2025.

CARREIRA, S. S. *et al.* Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS – Revista de Gestão e Tecnologia**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350450617002>. Acesso em: 19 mar. 2025.

CASTILHO, J. A. S; ERTZOGUE, M. H. Feira das Manas: empoderamento feminino, emancipação, união e sociabilidade nos discursos de pequenas produtoras em Palmas/TO. **Revista de Antropologia da UFSCar**, São Carlos, v. 15, n. 1, p. 201-228, 2024. DOI: 10.14244/rau.v15i1.448. Disponível em: <https://www.rau2.ufscar.br/index.php/rau/article/view/448>. Acesso em: 20 mar. 2025.

CINEGLAGLIA, M. N. *et al.* Desafios do empreendedorismo feminino. **LexCult: Revista Eletrônica de Direito e Humanidades**, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 59-76, dez. 2021.

DOI: 10.30749/2594-8261.v5n3p57-74. Disponível

em: <https://lexcultccjf.trf2.jus.br/index.php/LexCult/article/view/544>. Acesso em: 24 jun. 2025.

DUARTE, R. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar em Revista**, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/er/a/QPr8CLHy4XhdJsChj7YW7jh/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 16 abr. 2025.

FONTES, A. Negócios: um assunto de mulheres: a força transformadora do empreendedorismo feminino. São Paulo: Jandaira, 2022. 208 p.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (BRASIL); SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS– SEBRAE. Recorte temático: sexo – GEM Brasil 2023. Brasília: GEM Brasil/Sebrae, 2024. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/06/BR-RT-Sexo-2023-2024-v2.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2025.

GOMES, A. F; SANTANA, W. G. P; ARAÚJO, U. P. Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/b7pGYz8sKCcCFGWd8B4SrSB/>. Acesso em: 24 abr. 2024.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA. Projeto Amazônia: empoderamento feminino na Amazônia – a chave para um futuro sustentável. [S. l.: s. n., s. d.]. Disponível em: <https://institutorme.org.br/projeto-amazonia/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

LEITÃO, C. A entrevista como instrumento de pesquisa científica em Informática na Educação: planejamento, execução e análise. In: PIMENTEL, Mariano; SANTOS, Edméa (org.). Metodologia de pesquisa científica em Informática na Educação: abordagem qualitativa. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021. Série Metodologia de Pesquisa em Informática na Educação, v. 3, cap. 4. Disponível em https://ceie.sbc.org.br/metodologia/wp-content/uploads/2024/05/livro3_cap4_Entrevista.pdf. Acesso em: 15 abr. 2025.

LENZ, A. K.; ALVES, V.; MARQUES, T.. A importância do acesso a recursos financeiros para mulheres empreendedoras. Rio de Janeiro: NUME, 2022. Disponível em: <http://annakatharinalleng.com/wp-content/uploads/2023/02/Mulheres-Empreendedoras-Recursos-Financeiros.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2025.

LIMA, R. M. Empreendedorismo feminino e redes: a influência da imersão social na trajetória de empreendedoras bem-sucedidas. 2022. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Paulista, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://repositorio.unip.br/wp-content/uploads/tainacan-items/85/94505/ROSILEINE-MENDONCA-DE-LIMA.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2025.

MAGRINI, V. O *et al.* Empreendedorismo feminino: análise das características empreendedoras em microempresas e empresas de pequeno porte na cidade de Ituiutaba – MG. **Revista Científica Mais Pontal**, Ituiutaba, v. 3, n. 1, p. 74-93, maio 2024. Disponível em: <https://revistas.facmais.edu.br/index.php/maispontal/article/view/204>. Acesso em: 19 mar. 2025.

MARIETTO, M. L. Observação participante e não participante: contextualização teórica e sugestão de roteiro para aplicação dos métodos.

Revista Ibero-Americana de Estratégia, [S. l.], v. 17, n. 4, p. 5-18, 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331259758002>. Acesso em: 25 abr. 2025.

MARTINS, E. Entrevista: técnica de coleta em pesquisa qualitativa. **Blog PPEC**, 15 ago. 2018. ISSN 2526-9429. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/blog/index.php/2018/08/15/entrevista/>. Acesso em: 17 abr. 2025.

PARENTE, C *et al.* Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. In: ENCONTRO NACIOANAL DE SOCIOLOGIA INDUSTRIAL, DAS ORGANIZAÇÕES E DO TRABALHO, 14., 2011, Lisboa. Anais. Lisboa: APSIOT, 2011. p. 268-282. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/61185>. Acesso em: 24 abr. 2025

RODRIGUES, A. S. M *et al.* Fatores críticos relacionados ao empreendedorismo feminino. **Espaço Aberto**, [S. l.], v. 30, n. 1, p. 75-96, 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12266352004>. Acesso em: 24 abr. 2025.

ROSA, L. S; MACKEDANZ, L. F. A análise temática como metodologia na pesquisa qualitativa em educação em ciências. **Atos de Pesquisa em Educação**, Blumenau, v. 16, p. e8574, 2021. DOI: 10.7867/1809-0354202116e8574. Disponível em: <https://ojsrevista.furb.br/ojs/index.php/atosdepesquisa/article/view/8574>. Acesso em: 29 abr. 2025.

SALES, R. E. S; BALTHAZAR, G S; SILVA, L. D. Representações de natureza e redes de sociabilidade entre mulheres erveiras do litoral paraense. **Revista Cocar**, Belém, ed. esp. n. 22, p. 1–22, 2023. Dossiê: Educação e Práticas Comunitárias. ISSN 2237-0315. Disponível em: <https://periodicos.uepa.br/index.php/cocar>. Acesso em: 23 mar. 2025.

SANTOS, F. C; CYPRIANO, C. P. Redes sociais, redes desociabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 29, n. 85, p. 63-78, jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/k5ykGdRVvtzwfCq9Twh6ZGq/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Conhece a história do empreendedorismo? Brasília: Sebrae, 7 ago. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conhece-a-historia-do-empreendedorismo,8f11c793d9e96810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 4 mar. 2025.

SILVA, M. S; MAINARDES, E. W; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo**, v.13, n.2, p. 150-167, jul./dez. 2016. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370/1523>. Acesso em: 19 mar. 2025.

SILVA, P. M. M. *et al.* A resiliência no empreendedorismo feminino. **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade**, Belo Horizonte, v. 13, n. 34, p. 2629-2649, jan./abr. 2019. DOI:

10.21171/ges.v13i34.2346. Disponível em:
<https://pdfs.semanticscholar.org/4cf5/8969f8b79593afb3c89a346d09a10ef744c2.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2025.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 4, p. 632-649, ago. 2011. DOI: 10.1590/S1415-65552011000400005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/scMtVsZdGvJdzMwN9kHpw4N/?lang=pt>. Acesso em: 2 maio 2025.

VIEIRA, Diego Mota; VIEIRA, Mariana Borges Nunes; ENES, Yuri Odaguiri. Empreendedorismo feminino: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender. **REMIPE – Revista de Micros e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 263-282, 2022. DOI: 10.21574/remipe.v8i2.377. Disponível em: <https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/377>. Acesso em: 20 mar. 2025.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

SILVA, I. S.; MUNIZ, I. S. S.; LIRA, T. A.; COSTA, F. Redes de Sociabilidade e o Empreendedorismo Feminino: Um Estudo de Caso na Associação da Mulher em Bom Jesus do Tocantins/Pa. **Rev. FSA**, Teresina, v. 23, n. 3, art. 4, p. 67-91, mar. 2026.

Contribuição dos Autores	I. S. Silva	I. S. S. Muniz	T. A. Lira	F. Costa
1) concepção e planejamento.	X	X	X	
2) análise e interpretação dos dados.	X	X		
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.			X	X