

O IMPACTO DAS AÇÕES DE UM PROGRAMA DE EXTENSÃO EM EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA MULHERES

VALÉRIA LOUISE DE ARAÚJO MARANHÃO SATURNINO SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

ROSIELE FERNANDES PINTO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

ADRIANA DE FATIMA VALENTE BASTOS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO (FGV-EAESP)

MARIA DOS REMÉDIOS ANTUNES MAGALHÃES
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

KARLLA KARINNE GOMES DE OLIVEIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB)

O IMPACTO DAS AÇÕES DE UM PROGRAMA DE EXTENSÃO EM EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA PARA MULHERES

1. INTRODUÇÃO

A educação empreendedora tem sido apontada como uma alternativa capaz de estimular o empreendedorismo. Dada a relevância deste tópico, durante as últimas duas décadas, o papel das universidades na promoção do empreendedorismo e da inovação tem sido o foco de atenção dos formuladores de políticas e acadêmicos (Guerrero, Fayolle, Klofsten, & Mian, 2016). A ideia de que as universidades podem (ou deveriam) ser entidades empreendedoras foi introduzida no início dos anos 1980, e debates sobre como as instituições de ensino poderiam estar envolvidas na mudança social e o crescimento econômico começou a aparecer com mais destaque na literatura (Klofsten, Fayolle, Guerrero, Urbano, & Wright, 2019).

Nesse sentido, tem crescido iniciativas por parte das universidades para implementar ações/práticas que visem desenvolver a educação empreendedora. A educação para o empreendedorismo pode legitimar o empreendedorismo como uma opção de carreira viável e desenvolver a cultura empreendedora entre os alunos (Cho & Lee, 2018). Alguns estudos têm analisado essas práticas desenvolvidas por algumas universidades, como a pesquisa que buscou conhecer o nível de empreendedorismo acadêmico e as boas práticas empresariais das diferentes universidades espanholas (Fernández-Nogueira, Arruti, Markuerkiaga, & Sáenz, 2018). Um outro estudo apresentou as características organizacionais de estudos de caso relevantes de universidades empreendedoras publicados em revistas acadêmicas de referência nas áreas de gestão, ensino superior e administração pública (Broinsten & Reihlen, 2014). No Brasil vários estudos recentes também têm tratado dessa temática (Krüger, Johann, Minello, 2018; Oliveira, Melo, & Muijder, 2016; Ribeiro, Oliveira, & Araújo, 2014; Raimann & Lima, 2013).

A extensão universitária, que é uma dimensão constitutiva da universidade, pode contribuir nesse processo de educação empreendedora. As universidades evoluíram de uma instituição tradicionalmente centrada nos seus dois objetivos principais, o ensino e a pesquisa, à chamada terceira missão ou a colaboração entre a universidade e stakeholders externos no âmbito da formação de estudantes universitários, a chamada universidade empreendedora (Fernández-Nogueira, 2018). Porém, quando se imagina o empreendedorismo acadêmico desenvolvido a partir de uma prática de extensão, ainda há muito a ser explorado, e especialmente quando essa prática é focada no empreendedorismo feminino que é um tópico ainda negligenciado na literatura e, portanto, explorado nesse relato de experiência.

Esse relato de experiência busca apresentar o impacto do programa de extensão desenvolvido por professores do departamento de gastronomia da Universidade Federal da Paraíba que oferece educação empreendedora para mulheres que são ou desejam ser empreendedoras na área de Gastronomia, e que estejam em situação de vulnerabilidade econômica e social e residentes na cidade de João Pessoa ou região metropolitana. Mais especificamente, esse relato foi inspirado no papel da extensão para educação empreendedora e os impactos produzidos por essa interação, no público diretamente envolvido nesse programa, que são os professores, alunos extensionistas e as mulheres que receberam as capacitações do programa. Entender de que forma o programa impactou na prática docente dos professores, na educação empreendedora dos alunos extensionistas e na capacidade empreendedora das mulheres envolvidas no programa, são os objetivos centrais dessa pesquisa. O método utilizado será um relato de experiência, produzido a partir de entrevistas semi-estruturadas aplicadas ao público envolvido no referido programa.

A escassez de educação para o empreendedorismo na universidade é congruente com o fraco envolvimento de jovens graduados em iniciativas de negócios, há evidências do efeito positivo da educação para o empreendedorismo na universidade sobre as intenções e comportamentos empreendedores (Lanero, Vázquez, Gutiérrez, & García, 2011). Analisar práticas de educação empreendedora contribui para incentivar ações nessa direção. Portanto, mais concretamente esse relato de experiência, melhora a compreensão de como um programa de extensão pode contribuir para dinamizar o ensino do empreendedorismo sob a ótica dos docentes e estudantes, bem como capacitar mulheres em situações de vulnerabilidade. E por fim, também pode ser fonte de inspiração a ser transferível para outras universidades.

Na primeira parte deste artigo, apresentamos a revisão teórica destacando os principais fundamentos da educação empreendedora, da extensão e do empreendedorismo feminino. Na segunda parte detalhamos o método desse estudo e na terceira parte, revelamos os resultados. Concluimos com uma discussão, identificando as limitações do estudo, as implicações para a teoria e os caminhos para investigação futura.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Extensão Universitária e Educação Empreendedora

A extensão universitária faz parte das três dimensões constitutivas da universidade que são o ensino, pesquisa e extensão. Cabe a extensão universitária convocar a instituição de ensino para exercer o seu papel de transformação social, que aproxima a produção e a transmissão de conhecimento para seus efetivos destinatários, auxiliando na redução da desigualdade do conhecimento, das ciências e das tecnologias (De Paula, 2013; Gadotti, 2017).

A extensão universitária não é uma prática tão recente. Os primeiros registros de manifestações de extensão universitária são da segunda metade do século XIX, na Inglaterra, com atividades formalizadas de cursos de extensão realizados por docentes a comunidade de diferentes regiões segmentos da sociedade e também como uma espécie de movimento social direcionado para os bolsões de pobreza (Mirra, 2009). Enquanto que no Brasil, temos referência da prática da extensão universitária desde 1911, inicialmente em São Paulo, reproduzindo no país, as características da extensão nas universidades europeias com ações continuadas e vocacionadas para atender as classes populares (Nogueira, 2005).

Ao longo dos anos, a extensão universitária passou a ter o papel de articular internamente os esforços de professores, técnicos e estudantes, para mobilizar a realização de ações de enfrentamento das questões contemporâneas, especialmente, em oito áreas temáticas que são: saúde, educação, trabalho, meio ambiente, comunicação, direitos humanos e justiça, tecnologia de produção e cultura (Forproex, 2001; De Paula, 2013). Deste modo, compreende-se que a extensão universitária é tida como "uma via de mão-dupla" entre universidade e sociedade, no qual o saber acadêmico e o saber popular se reencontram para viabilizar ação transformadora e a interação dialógica com a sociedade (Freire, 1977; Gadotti, 2017).

Tendo a educação como uma das temáticas da extensão universitária, nas últimas décadas a educação empreendedora vem ganhando notoriedade devido a sua importância para o desenvolvimento das nações, pois o empreendedorismo passou a ser tido como oportunidade de carreira, frente às dificuldades socioeconômicas e redução das opções para aqueles que desejam ingressar no mercado de trabalho (Lima *et al.* 2015, Schaefer & Minello, 2016). Soma-se a isso, a recomendação da Unesco para a educação do século XXI ao desenvolvimento e implementação de programas de educação empreendedora, a fim de que os estudantes e a comunidade desenvolvam atitudes empreendedoras a partir da capacidade de inovar, gerenciar,

reter conhecimento, desenvolver projetos próprios e lidar com as mudanças ambientais e tecnológicas (Lopes, 2010).

Neste contexto, as práticas da extensão refletem o papel da universidade na formação de pessoas qualificadas e o desenvolvimento da inovação, principalmente quando fundamentado em uma política científica tecnológica, em que há uma articulação nas relações entre universidade, Estado, empresas e outros setores sociais. Um exemplo disso, é a experiência do Massachusetts Institute of Technology (MIT), no qual através das ações de extensão e desenvolvimento do seu alunado vem impactando o empreendedorismo nos EUA e em outros países, a exemplo do projeto Solve do MIT que tem o intuito de conectar o mundo acadêmico com as demandas do mundo real no qual suas ações estimulam o espírito empreendedor com enfrentamento de riscos através da submissão de problemas e soluções para problemas complexos, locais e globais, em vários setores, inclusive na educação. Esta cultura institucional fundamentada no empreendedorismo e inovação, amplia a relação indústria/sociedade e universidade trazendo benefícios mútuos (Fava-de-Moraes, 2020).

A aliança da extensão universitária com o empreendedorismo pode transformar a prática acadêmica, a fim de estimular melhores oportunidades de conexão com o mercado para munir os diversos atores de conhecimento e impactar a sociedade por meio da adaptação de modelos de negócios e assim aumentar a competitividade em um ambiente incerto e complexo (Bowyer & Vitale, 2018).

2.2 Empreendedorismo Feminino

A importância das mulheres no empreendedorismo no Brasil pode ser legitimada ao considerar os dados mais recentes do Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2018). O empreendedorismo feminino no país já tem uma ligeira prevalência, chegando a quase 52% sobre o masculino. O empreendedorismo feminino cresceu 34% nos últimos 14 anos, fazendo com que aproximadamente 8 milhões de mulheres tenham aberto pequenos negócios para contribuir com o sustento próprio ou de sua família, o que possibilitou também a geração de novos postos de trabalho (BRASIL, 2017).

Ao passo que identifica-se o crescimento e notabilidade do ambiente empreendedor para as mulheres, também convém analisar, ainda de acordo com os dados do GEM (2018), que as mulheres brasileiras não apenas iniciam sua jornada empreendedora com negócios pequenos, mas, ainda, parecem encontrar barreiras significativas para fazerem os empreendimentos prosperarem, sobretudo por questões como fatores socioeconômicos e culturais, o que têm afetado a diferença de gênero na atividade empreendedora (Brush, Bruin, & Welter, 2009).

Sabe-se que as discussões acerca das atividades empreendedoras na sociedade não são recentes, contudo, apenas nas últimas décadas, o empreendedorismo feminino passou a ser pesquisado de forma sistemática. No âmbito da pesquisa acadêmica, o empreendedorismo feminino começou a ser estudado na década de 1970 e apesar do crescimento significativo nos últimos anos, o assunto ainda precisa ser aprofundado em mais dimensões (Jennings & Brush, 2013).

As pesquisas realizadas indicam para um ambiente socialmente delimitado por padrões masculinos, no qual a investigação sobre a mulher e sua resiliência chamam atenção de diversos pesquisadores (Sánchez-Escobedo *et al.*, 2014; Dileo & García Pereiro, 2019), mais especificamente em como elas lidam com as barreiras e restrições socialmente impostas (Wu, Li, e Zhang, 2019). Nesse entendimento, as publicações dessa temática tem apontado que, além dos desafios tradicionais ao empreendedor, as mulheres enfrentam restrições maiores devido às barreiras por causa do seu gênero (Jamali, 2009); da sua relação com a família (Brush *et al.* 2009; Jamali, 2009; Ahl & Marlow, 2012); de impedimentos legais, como àquelas de nações islâmicas (Erogul, Rod, & Barragan, 2019; Vtia, Mari, & Poggesi, 2014); dificuldades de

obtenção de financiamento (Muravyev, Talavera & Schafer, 2009), pouco crédito com fornecedores (Sara & Peter, 1998), restrição de acesso às redes de suporte ao negócio, pouco treinamento e baixo reconhecimento (Vita, Mari, & Poggesi, 2014), e até pressões exercidas por outras mulheres (Ezzedeen & Zikic, 2012).

De acordo com os autores (Tlaiss, 2014; Al-Dajani, & Marlow, 2010), as restrições já citadas podem contribuir para a não atuação feminina na atividade empreendedora, assim, para a sub-representação das mulheres no empreendedorismo. Não obstante, o que tem sido destacado na literatura são apenas os fatores micro analíticos do empreendedorismo feminino, como os próprios desafios e as motivações das mulheres em empreender (Jamali, 2009; McGowan *et al.*, 2012). Por isso, a maioria dos autores concordam quando escrevem que o tema empreendedorismo feminino poderia ser pensado em um escopo mais amplo, abrangendo as diversas identidades de gênero (Marlow & Dy, 2017; Dean *et al.*, 2017; Jones, 2014; Jennings & Brush, 2013).

3. METODOLOGIA

Este capítulo se divide em dois tópicos: primeiro um breve detalhamento de como foi concebido o Programa de Extensão por Todas, e depois como se procedeu à pesquisa para elaboração do relato de experiência das participantes.

3.1 Descrição do Programa de Extensão por Todas

De acordo com a FORPROEX (2007, p.35), um programa de extensão é um conjunto articulado de projetos e outras ações de extensão (...), preferencialmente integrando as ações de extensão, pesquisa e ensino. Tem caráter orgânico-institucional, clareza de diretrizes e orientação para um objetivo comum, sendo executado a médio e longo prazo. Guiado por esse objetivo, três docentes do departamento de gastronomia da Universidade Federal da Paraíba conceberam o programa “Por Todas: Gastronomia, Empreendedorismo Feminino e Educação Financeira”, registrado no edital da instituição no ano de 2020.

Antes de iniciarem as ações do programa, foi formatado o programa e definido as ações por ele a serem executadas. Para esse processo foi aplicado o Canvas ao programa, que é uma ferramenta utilizada para criar um modelo de negócios que descreve a lógica de como uma organização cria, entrega e captura valor (Osterwalder, & Pigneur, 2011). Daí nasceu a proposta de valor do programa que é a de empoderar mulheres, capacitando-as em empreendedorismo gastronômico e apoiando-as para que alcancem a independência financeira. O programa está alinhado aos objetivos do desenvolvimento sustentável de igualdade de gênero, redução das desigualdades e produção e consumo responsáveis.

O público-alvo atendido pelo programa é composto de mulheres que são ou desejam ser empreendedoras na área de gastronomia, que estejam em situação de vulnerabilidade econômica e social e residentes na cidade de João Pessoa ou região metropolitana. No total foram atendidas 10 mulheres, sendo que dessas mulheres 5 são alunas do curso de gastronomia do qual o programa é vinculado. Os alunos extensionistas também foram participantes ativos desse programa, totalizando o número de 5 alunos.

Uma das professoras que orienta esse programa, coordena um programa de empreendedorismo financiado pelo Google, focado também na capacitação de mulheres. Foi utilizado a base de contato do público atendido por esse programa do Google para captar o público alvo para esse projeto. Após a captação inicial dos participantes (alunos extensionistas e mulheres que atendem aos requisitos do projeto) para esse programa, foi feita uma apresentação do programa para os participantes. Em seguida foi realizado um diagnóstico para

identificar as principais necessidades de capacitação pelo público alvo, sendo aplicado um questionário para o levantamento dessas necessidades. A partir desse diagnóstico, foram definidas as capacitações e mentorias individuais das quais seriam contempladas pelo programa.

Com a impossibilidade de encontros presenciais devido a COVID-19, todos os encontros sejam de reuniões sobre o programa como também a execução do mesmo, foram realizados de forma virtual utilizando o *Google Meet*. O programa teve que ser readaptado para o formato totalmente online. Diante disso, uma das principais dificuldades enfrentadas foi quanto ao uso de tecnologia pelo público-alvo participante do projeto. Para minimizar essa dificuldade inicialmente foi feito contato com os participantes através do whatsapp e em seguida por um canal no telegram, onde foi passado treinamento sobre o uso das ferramentas tecnológicas. Por esse canal os encontros eram agendados além do envio de materiais para as capacitações como slides, vídeos, enquetes.

Foram realizadas durante o segundo semestre de 2020 um total de treze capacitações com duração de cerca de duas horas cada, abordando temas como empoderamento feminino, educação financeira, boas práticas na produção de alimentos, modelagem de negócio, estratégia de marketing, planejamento de cardápio e elaboração de ficha técnica, precificação, custos dos produtos e formalização do negócio, dentre outros. Além dessas capacitações, foram realizadas diversas mentorias individuais, especificamente para modelagem do negócio utilizando o CANVAS, elaboração de plano de ação, elaboração de orçamento pessoal e precificação de produtos.

3.2 Etapas da Pesquisa

Após a execução das ações previstas para o programa de extensão, deu início a construção da pesquisa para o relato de experiência aqui proposto.

Há um consenso entre diversos autores que estudam a temática da necessidade de além da mudança na conceitualização de gênero e empreendedorismo, também é preciso existir mudança quanto às abordagens metodológicas. Assim como Jennings e Brush (2013) que fizeram uma revisão sistemática em um período de 30 anos, Seenivasan (2014) e Henry, Foss e Ahl (2015) destacam que as epistemologias positivistas atuais se concentram nas diferenças de sexo e na concepção de que as mulheres precisam ser ‘consertadas’ para cumprir a norma, que é masculina. Dessa forma, mais pesquisas poderiam se deslocar das metodologias quantitativas para as qualitativas e inovadoras, como por exemplo, os relatos de experiência (história de vida), as entrevistas em profundidade, estudos de caso, estudos etnográficos ou análise do discurso, através da epistemologia feminista pós-moderna (Henry *et al.*, 2015). Em concordância com o estado da arte da literatura em empreendedorismo feminino, resolveu-se adotar a análise de relatos de experiências como método desse estudo para compreender melhor o impacto das ações de um programa de extensão universitária, voltado para a educação empreendedora. Espera-se, assim, contribuir com uma nova perspectiva de análise mais abrangente, a fim de se avançar nos pressupostos teóricos e práticos dessa temática.

Para produzir esse relato de experiência, utilizou-se de uma entrevista semiestruturada, com questões específicas para cada um dos três grupos participantes: mulheres que atendem aos requisitos do programa, docentes e estudantes extensionistas, sendo as questões diferenciadas para cada público deste, conforme Quadro 1. No total foram 10 mulheres que participaram do programa, dessas 7 responderam a pesquisa, além dos 3 professores e 5 alunos extensionistas participantes do programa.

Quadro 1. Roteiro de Entrevista

Mulheres	Docentes	Alunos extensionistas
<p>Histórico de vida - descrever a infância e os sonhos que tinham para o futuro, incluindo os objetivos profissionais; - origem e as condições financeiras da família.</p> <p>Histórico profissional - descrever a trajetória de vida profissional, incluindo as dificuldades, conquistas, sonhos e realizações.</p> <p>Atividade empreendedora - descrever os motivos que o levaram a empreender; - descrever a atividade na qual empreende; - descrever as maiores dificuldade enfrentadas na atividade empreendedora</p> <p>Participação no programa - descrever os motivos que o levaram à participar do programa; - descrever se o projeto promoveu melhorias e crescimento para a atividade empreendedora e se positivo quais melhorias foram identificadas. - descrever de que forma o conhecimento transmitido pelo programa contribuiu para a formação empreendedora</p>	<p>Descrever as mudanças provocadas na relação com o processo de ensino-aprendizagem, tendo em vista o público-alvo e a ação social promovida pela extensão.</p>	<p>Descrever a experiência de participar do programa e como o mesmo contribuiu para a formação crítica enquanto cidadão</p>

Fonte: Os Autores (2020).

As entrevistas foram transcritas literalmente, e na apresentação dos resultados as entrevistadas foram numeradas de Entrevistada 1 até a Entrevistada 7. Da mesma forma aconteceu com as três docentes e os cinco extensionistas. Para análise foi utilizada a técnica de análise de conteúdo. Os resultados estão sistematizados a seguir, apresentados por subtópicos, com citações diretas de trechos das entrevistas e a discussão dos resultados a partir da literatura.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Programa de Extensão

O Programa de Extensão "Por Todas", é desenvolvido no âmbito dos programas de extensão da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), e consistiu num conjunto articulado de três projetos (Todas Podem, Oficinas Gastronômicas, Educação Financeira para Todas) e duas ações de extensão (Mostra de Empreendedoras e *E-book*).

O primeiro projeto de extensão vinculado ao Programa (Todas Podem) realizou, com o apoio do programa de empreendedorismo financiado pelo Google, capacitações e mentorias individuais para modelagem e desenvolvimento estratégico dos negócios das empreendedoras participantes, utilizando-se das ferramentas CANVAS e do plano de ação 5W2H. Esse projeto contribuiu para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino no setor de gastronomia de João Pessoa, promovendo no público alvo uma maior autonomia e poder em seus negócios e consequentemente mais independência em suas vidas.

O segundo projeto de extensão (Oficinas Gastronômicas para Todas), ofereceu oficinas sobre as práticas relacionadas a gastronomia para capacitar mulheres que já empreendem no setor de gastronomia ou que têm esse desejo. Esse projeto além de capacitar as mulheres para oferecer um produto/serviço de melhor qualidade, também apresenta possibilidades para aquelas que pretendem abrir um negócio nesse setor. Como todo o projeto teve que ser executado remotamente devido à pandemia da COVID-19, as oficinas gastronômicas foram um das ações do programa mais afetadas. Não sendo possível ofertar as oficinas na prática elas foram substituídas por capacitações *online* sobre conceitos básicos de higiene na cozinha, métodos e técnicas de conservação dos alimentos, preparação de fichas técnicas, bem como o estudo e análise de itens para os cardápios.

O terceiro projeto (Educação Financeira para Todas), capacitou mulheres em educação financeira pessoal e familiar e em gestão financeira empresarial, com o objetivo de promover a independência financeira dos participantes. As capacitações envolveram finanças pessoais, elaboração de orçamento, precificação e custos de produtos, projeção e controle do caixa da empresa, dentre outros. A principal dificuldade encontrada nesse projeto foi na realização das mentorias, pois a maioria das mulheres relutavam em expor seus dados financeiros para as professoras e os extensionistas do programa.

Quanto as ações de extensão (Mostra de Empreendedoras e *E-book*), a Mostra de empreendedoras, que seria uma feira de negócios com as mulheres que participaram do programa, devido a pandemia não pode ser realizada. O *E-book*, foi lançado com o título de Uma Por Todas e Todas Por Uma, ele apresenta os impactos do programa de extensão para os participantes dele.

4.2 Relatos de Experiência

Os relatos de experiência das mulheres participantes do projeto são o resultado das entrevistas aplicadas a elas. Esses resultados são apresentados destacando: o histórico de vida e profissional das mulheres, atividade empreendedora e participação no programa.

Essa parte do relato buscou compreender a relação das mulheres participantes do programa com a gastronomia. Uma delas afirmou que "*era um sonho começar a produzir alguma coisa para vender e que as pessoas gostassem, então comecei a fazer uns doces.*" (entrevistada 1). Para a entrevistada 2 essa relação foi influenciada pela educação de culinária transmitida pela família e que isso influenciou em seu processo de escolha da gastronomia como carreira:

"Minha mãe e em particular uma tia me ensinou várias coisas no ato de cozinhar e sempre passava com muita dedicação, então comecei a perceber a satisfação em produzir um "prato" e ele ser um motivo de momentos alegres e em família. Um dia eu percebi que não queria seguir uma carreira de escritório, burocracias, hospitais, e sim aprender a unir ingredientes e enxergar a satisfação de quem come." (Entrevistada 2).

Da mesma forma que a entrevistada 2 menciona as raízes familiares como motivador para entrada na gastronomia, a entrevistada 3 relata essa mesma fonte inspiradora, que segundo ela estava com as habilidades adormecidas, redescobrimo-as durante a quarentena imposta pela pandemia:

"Na quarentena eu me redescobri, sempre gostei de fazer doce caseiro e bolo, porque são minhas raízes, são dos meus familiares que trabalhavam com isso. Quando criança fazia os bolos, mas nunca dava totalmente certo, e tinha uma vontade de fazer bolo por encomenda e ver se as pessoas iam experimentar e gostar. Me surpreendi muito agora na quarentena, pois coloquei essa ideia em prática e as pessoas gostaram muito, então tive muitas encomendas que não dei conta pela quantidade de pedidos" (Entrevistada 3).

A família de fato exerce uma forte influência nas decisões das participantes da pesquisa em trabalhar no setor de gastronomia, outro depoimento que pode ser citado é o da entrevistada 6, relatando que desde os doze anos de idade acompanhava e ajudava no trabalho do pai em sua padaria e "*assim foi indo e eu fui tomando gosto pela padaria*". Além dessa influência a família provoca experiências gastronômicas e as empreendedoras acabam reproduzindo a memória afetiva da gastronomia familiar em seus empreendimentos.

"O que me levou a empreender foi o amor. O amor pela cozinha, o amor pelos doces, amor das minhas filhas que sempre me incentivaram muito e o amor pela minha mãe que fazia doces para a família. Eu amo o mundo das compotas e dos doces, minha mãe fazia doce de mamão, de leite cortado, de casca de melancias e isso sempre me encantou, o quanto a casa ficava perfumada com o cheiro dos doces e para mim eles nos deixavam mais felizes e assim comecei a fazer as geleias para reproduzir esse costume da minha mãe, fazia para consumo próprio e quem provava gostava. Assim, aos poucos fui vendendo" (entrevistada 7).

Acerca dos empreendimentos das mulheres participantes do programa, das sete mulheres entrevistadas, quatro trabalham na área de confeitaria, especificamente com bolos, tortas e brigadeiros, duas trabalham com produtos saudáveis, focado em sucos detox e geladinhos naturais gourmet e a outra trabalha com geleias e doces em compota.

Quando perguntadas sobre os desafios e obstáculos à função empreendedora, a entrevistada 1 mencionou que os maiores entraves ao empreendedorismo são "*os concorrentes desonestos, que por exemplo vendem o mesmo produto que você e decidem abaixar os preços para ter mais clientes para eles. (...) outro ponto também complicado na minha opinião é conseguir uma clientela*" (entrevistada 1). Já a entrevistada 2 acredita que os maiores entraves para ser uma empreendedora de sucesso são "*a falta de renda, a falta de capital de giro, recursos para realmente investir no negócio, através de matéria prima, insumos, espaço, cursos, marketing, e conseguir ter um valor de pró-labore*". A entrevistada 3 citou como desafio o preço alto dos insumos de confeitaria. O fator pandemia também foi mencionado, a entrevistada 4 iniciou seu negócio em meio à pandemia, e que para ela essa situação não foi fácil "*empreender vai muito além de sonhar, são muitas nuances a entender, desde a escolha da receita a ser feita aos insumos a serem comprados, o preço de venda, as despesas, os lucros*".

Os aspectos comportamentais dos empreendedores também foram citados como desafio, "*a minha maior dificuldade está em administrar, administrar meu tempo, saber lidar com essas relações, de chegar para as pessoas e oferecer o meu produto. Eu fico um pouco travada em relação a isso*" (entrevistada 7).

Quanto aos motivos que levaram as mulheres a participarem do programa, foi apontado como principal o desejo das participantes em aprender mais sobre empreendedorismo, gastronomia e empoderamento feminino. Quanto ao impacto provocado pelas ações do programa, elas apontaram desde a uma melhor gestão dos negócios até a melhoria na auto confiança delas.

"O que me levou a participar deste Programa de Extensão foi a vontade de saber mais sobre o empreendedorismo e empoderamento feminino, eu imaginei que poderia me ajudar de alguma forma. (...) Aprendi a saber mais sobre como cobrar por meus produtos, sobre investimento, finanças, como cobrar quando você faz uma encomenda, os custos, dentre outros. O conhecimento adquirido no Programa me tornou mais confiante, pois em todas as capacitações sempre debatemos sobre o empoderamento. Depois do Programa, eu mudei principalmente a forma de planejar quando tenho encomendas." (Entrevistada 1)

Depoimento esse também semelhante a entrevistada 2.

"O que me motivou a participar deste Programa de Extensão foi a vontade de ter mais conhecimento sobre o setor, sobre o que é ser empreendedor, busca por capacitação sobre a área econômica, planejamento, entender mais sobre como segmentar o público, buscar estratégias de marketing, que diferencie o meu negócio dos demais, motivação para continuar a empreender e reciclar a ideia de negócio, buscando inovações para alavancar o empreendimento. (...) Depois do Programa, comecei a organizar mais a divisão de receitas, despesas, lucros, entender mais meu público, produzir ficha técnica para os produtos, buscar outras fontes de conhecimento sobre o tema como cursos do Sebrae, leitura sobre marketing e motivacionais, bem como planejar a busca por recursos econômicos para realizar investimentos." (entrevistada 2).

Para a entrevistada 3, o programa despertou para novas possibilidades: *"ter uma visão mais ampla do meu empreendimento, pois me motivou a buscar mais. Quando entrei no projeto estava num momento difícil, estava perdida e desnorteada no meu empreendimento, sem saber o que fazer na parte de finanças"*. A entrevistada 4 menciona a relação entre participar do programa e ter mais segurança: *"foram semanas de grandes aprendizados, com as capacitações e consultorias individuais, aprendi muito. O projeto me possibilitou a entender sobre educação financeira, marketing, boas práticas de fabricação, me ensinou a empreender com mais segurança"*. *"o Programa me deu consultoria e fomos avançando com muitas informações de grande valia para cada vez mais melhorar o empreendimento, informações na área administrativa, na área financeira e na área gastronômica"*, disse a entrevistada 5.

Já a entrevistada 6, além de mencionar aspectos semelhantes às demais empreendedoras, destacou o aprendizado em empoderamento *"também aprendi sobre empoderamento, sobre dar valor ao meu negócio e a mim mesma"*. No mesmo sentido falou a entrevistada 7, ao dizer que: *"Eu entendi que eu preciso perder o meu medo, pois sempre fico buscando alguma coisa no meu produto, apesar dos clientes falarem que está muito boa e sempre elogiarem, eu procuro defeitos, fico sem confiança. Então através do projeto pude perceber que se eu não acreditar em mim e no meu trabalho ninguém mais vai acreditar"* (entrevistada 7).

Portanto, observamos que tivemos opiniões semelhantes por parte das empreendedoras acerca do impacto que as ações do programa trouxe para os seus negócios e suas vidas.

Acerca dos depoimentos das docentes participantes, as professoras relataram sua satisfação pessoal e de realização profissional com o cumprimento do Programa, como disse a Docente 1: *"Foi e é "Por Todas" as mulheres que tenho nesse Programa a realização profissional e de vida, sabendo que quando uma mulher investe em si mesma ela muda não só a sua realidade, mas um pouco do mundo a sua volta"*. De forma semelhante, a Docente 2 disse que:

"A extensão sempre foi algo que fez meu coração bater mais forte, pois para mim não fazia sentido ter todo o recurso intelectual que temos e não conseguirmos ajudar a sociedade usando este. A possibilidade de repassar o que aprendemos e vivenciamos dia após dia na nossa profissão para um grupo que não tem tanto acesso a isso é muito gratificante; o fato de podermos envolver os discentes nesse processo é bem motivador, pois estamos formando cidadãos que também vão querer mudar a sociedade" (Docente 2).

A Docente 3 relata em especial, além da satisfação e realização profissional com o Programa, o *"transbordar os conhecimentos para além das fronteiras da Universidade, através da extensão, me possibilita realizar um trabalho social através da educação transformadora tão bem conceituada por Paulo Freire, a qual também transforma os educadores"*, ressaltando então como mudou sua linguagem e a forma de se comunicar para compreender e ser compreendida

pelas mulheres empreendedoras, as quais na maioria das vezes não têm acesso à linguagem científica utilizada na academia.

Finalizando a descrição dos relatos de experiência com os depoimentos dos extensionistas, a mensagem principal transmitida por eles é do conhecimento e da experiência adquirida por eles durante o processo, bem como de conseguir entender a intersecção entre empreendedorismo, gastronomia e educação financeira, bem como verem as mulheres empreendedoras como fortes e inspiradoras, as quais abriram sua visão de mundo.

4.3 Discussão relacionando a literatura com resultados

Iniciando a discussão dos resultados com base na literatura pelos depoimentos dos estudantes extensionistas, é possível afirmar que um dos objetivos da extensão é formar estudantes críticos e conscientes de seu papel cidadão, e os relatos dos extensionistas corroboram com isso e com Cho & Lee (2018), quando dizem que a participação dos estudantes em processos de educação empreendedora é muito importante para consolidar a cultura empreendedora entre eles. O Programa de Extensão Por Todas conseguiu reunir o desenvolvimento da formação cidadã com a cultura empreendedora em conjunto, tanto é que a extensionista 5 menciona que o Programa também "*serviu para me dar uma direção certa em relação ao meu futuro empreendimento*".

Conforme é possível nos relatos de experiência das mulheres empreendedoras, o Programa de Extensão Por Todas foi muito satisfatório nos processos de aprendizagem dessas mulheres em empreendedorismo, gastronomia e finanças, tornando-as mais confiantes e reduzindo desigualdades de conhecimento, conforme mencionado por Gadotti (2017) como um dos papéis da extensão. A educação empreendedora atende a uma das grandes áreas temáticas da extensão universitária, a Educação (FORPROEX, 2001), e aliada à gastronomia e à educação financeira com foco no público feminino atende a diversos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU, tais como igualdade de gênero, redução das desigualdades e produção e consumo responsáveis.

Destaca-se aqui também a "via de mão-dupla" entre universidade e sociedade através da extensão, viabilizando a ação transformadora e a interação dialógica com a sociedade, como diz Freire (1977). O depoimento da Docente 3 demonstra a existência desse processo, ao qual sentiu a necessidade de modificar a linguagem na comunicação da educação financeira e das finanças empresariais para compreender e ser compreendida pelas participantes.

Algumas das mulheres entrevistadas informaram ter iniciado seus negócios durante a pandemia, sendo uma oportunidade de carreira e de aumento dos rendimentos familiares, diante do desemprego (Schaefer & Minello, 2016), este atualmente imposto pela pandemia.

As barreiras ao empreendedorismo são citadas por várias das empreendedoras entrevistadas, desde negociação de preços de insumos até a desonestidade dos grandes concorrentes, os quais têm capacidade de reduzir seus preços de venda para conquistar clientes. Segundo Brush, Bruin, & Welter (2009), essas barreiras vão aumentando a desigualdade de gênero no empreendedorismo.

5. CONCLUSÕES

Em termos de impacto, as redes sociais do Programa e dos projetos tem uma média de 150 seguidores, e 22 mulheres que se interessaram em participar ingressaram no canal exclusivo do Programa no Telegram. Entretanto, apenas 10 destas participaram efetivamente das capacitações, e apenas 7 destas 10 participaram de forma suficiente das mentorias individuais.

Mesmo com o pequeno número de participantes do Programa de Extensão Por Todas, o mesmo alcançou seus objetivos e os resultados esperados, sendo possível verificar a satisfação das empreendedoras com as ações realizadas e com a transformação através da educação empreendedora e da educação financeira. Além disso, o Por Todas cumpriu seu papel enquanto extensão universitária na relação dialógica com a sociedade e na formação cidadã dos estudantes que participaram como extensionistas.

As limitações do Programa foram principalmente impostas pela pandemia, a qual impediu a realização de oficinas práticas de gastronomia de forma presencial, não alcançando um dos propósitos finais de testes dos produtos e vendas em grupos e cestas de presentes. A pandemia também impediu a realização da Mostra de Empreendedoras, bem como diminuiu o alcance de mulheres em situação de vulnerabilidade socioeconômica, as quais sequer têm acesso à uma internet de qualidade para participar de capacitações e mentorias de forma online.

Há também um outro fator limitante de caráter cultural: o receio de muitas das mulheres que se interessaram inicialmente pelo Programa em falar sobre seus negócios ou, por falta de informação, pensar se tratar de fiscalização disfarçada de capacitação. Até mesmo muitas mulheres que iniciaram o Programa não continuaram quando foi necessário falar de seus próprios orçamentos pessoais, cálculos de custos de seus produtos e estratégias de preços. Ainda há muito que avançar para gerar confiança na comunicação inicial de que se trata de algo realmente benéfico.

O Programa de Extensão Por Todas pretende ser contínuo em suas ações, já tendo iniciado o trabalho dos projetos em 2021, buscando reduzir desigualdades de gênero através do empreendedorismo feminino e colaborando na função social da Universidade Federal da Paraíba através da extensão universitária.

6. REFERÊNCIAS

Ahl, H., & Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: Advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5), 543–562. Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2010). Impact of women's home-based enterprise on family dynamics: Evidence from Jordan. *International Small Business Journal*, 28, 470–486.

BRASIL. Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>, com acesso em 27.04.2021.

Bowyer, D., & Vitale, C. (2018). What drives university academics to be entrepreneurial?. *e-Journal of Social & Behavioural Research in Business*, 9(1), 10-36.

Bronstein, J., & Reihlen, M. (2014), Entrepreneurial university archetypes: A meta-synthesis of case study literature. *Industry and Higher Education*, 28(4), 245–262.

Brush, C. G., Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), pp. 8–24.

Cho, Y. H., & Lee, J. H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.

De Paula, J. A. (2013). A extensão universitária: história, conceito e propostas. *Interfaces-Revista de Extensão da UFMG*, 1(1), 5-23.

- Dean, H., Larsen, G., Ford, J. & Akram, M. (2017) Female Entrepreneurship and the Metanarrative of Economic Growth: A Critical Review of Underlying Assumptions. *International Journal of Management Reviews*, 1, 1–26.
- Dileo, I., & García Pereiro, T. (2019). Assessing the impact of individual and context factors on the entrepreneurial process. A cross-country multilevel approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1393–1441.
- Ezzedeen, S. R., & Zikic, J. (2012). Entrepreneurial experiences of women in Canadian high technology. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 44–64.
- Erogul, M. S., Rod, M., & Barragan, S. (2019). Contextualizing Arab female entrepreneurship in the United Arab Emirates. *Culture and Organization*, 25(5), 317–331.
- Fava-de-Moraes, F. (2000). Universidade, inovação e impacto socioeconômico. *Sao paulo em perspectiva*, 14(3), 8-11.
- Fernandez-Nogueira, D., Arruti, A., Markuerkiaga, L., & Sáenz, N (2018). The entrepreneurial university: A selection of good practices. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(3), 1-17.
- FORPROEX, 2001. Avaliação nacional da extensão universitária. Brasília: MEC/SEB/UFPR/UESC-BA.
- Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (2007). Extensão Universitária: organização e sistematização. Belo Horizonte: Coopmed.
- Freire, P. (1977). Extensão ou comunicação? 13. *Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra*.
- Gadotti, M. (2017). Extensão universitária: para quê. *Instituto Paulo Freire*, 15.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor, Relatório Executivo, 2018. Disponível em <https://www.gemconsortium.org/report/50012>. Acesso em 28.04.202.
- Guerrero, M., Urbano, D., Fayolle, A., Klofsten, M., & Mian, S. (2016). Entrepreneurial universities: emerging models in the new social and economic landscape. *Small Business Economics*, 47(3), 551-563.
- Henry, C., Foss, L. & Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, pp. 1–25. Recuperado em 19 de março de 2018, de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0266242614549779>.
- Jamali, D. (2009). Constraints and Opportunities Facing Women Entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. *Gender in Management: An International Journal*, 24(4), 233–251.
- Jennings, J. E. & Brush, C. G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? *The Academy of Management Annals*, 7 (1), 663–715.
- Jones, S. (2014). Gendered discourses of entrepreneurship in UK higher education: The fictive entrepreneur and the fictive student. *International Small Business Journal*, 32 (3). 237-258.

- Klofsten, M., Fayolle, A., Guerrero, M., Mian, S., Urbano, D., & Wright, M. (2019). The entrepreneurial university as driver for economic growth and social change-Key strategic challenges. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 149-158.
- Krüger, C., & Johann, D. A., Minello, I. F. (2018). Educação empreendedora: um estudo bibliométrico sobre a produção científica recente. *Navus Revista de Gestão e Tecnologia*, 8(4), 125-145.
- Lanero, A., Vázquez, J. L., Gutiérrez, P., & García, M. P. (2011). The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 8(2), 111-130.
- Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033-1051.
- Lopes, R. M. A. (2010). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Elsevier.
- Oliveira, A. G., Melo, M. C., & Muyllder, C. F. (2016). Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. *Revista Administração em Diálogo*, 18(1), 29-56.
- Marlow, S. & Dy, A. M. (2017). Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 00(0), 1–20
- Mcgowan, P., Redeker, C. L., Cooper, S. Y., & Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles : Motivations , expectations and realities. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1–2), 53–72.
- Muravyev, A., Talavera, O., & Schäfer, D. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37(2), 270–286.
- Mirra, Evandro (2009). *A ciência que sonha e o verso que investiga*. São Paulo: Editora Papagaio.
- Nogueira, M. D. D. P. (2005). *Políticas de extensão universitária brasileira* (Vol. 25). Editora UFMG.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Inovação em modelos de negócios: Business Model Generation*. Jacaré: Alta Books.
- Raimann, E. G., & Lima, A. B. Trabalho docente e a educação empreendedora. *Revista Educação e Cultura Contemporânea*, 10(21), 70-93.
- Ribeiro, R. L., Oliveira, E. A., & Araújo E. A. (2014). The contribution of higher education institutions for entrepreneurship education. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 10 (3), 295-313.
- Sánchez-Escobedo, M. de la C., Díaz-Casero, J. C., Díaz-Aunión, Á. M., & Hernández-Mogollón, R. (2014). Gender analysis of entrepreneurial intentions as a function of economic

development across three groups of countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 747–765.

Sara, C., & Peter, R. (1998). The financing of male – and female – owned businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10, 37-225–241.

Schaefer, R., & Minello, I. F. (2016). Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 10(3), 60-81.

Seenivasan, R. (2014). Global Research on Women’s Entrepreneurship: An Overview. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 2 (2), 121-14.

Tlaiss, H. A. (2014). Women’s Entrepreneurship, Barriers and Culture: Insights from the United Arab Emirates. *The Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 289-320.

Vita, L. De, Mari, M., & Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries : Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451–460.

Wu, J., Li, Y., & Zhang, D. (2019). Identifying women’s entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 905–928.