



XVII SICTI
Seminário de Iniciação Científica,
Tecnológica e Inovação
X SIMIT
Simpósio de Inovação Tecnológica

**CIÊNCIA e
COOPERAÇÃO
na AMAZÔNIA**
**16 a 19 de
Setembro**
IFPA Campus Bragança

EMPREENDEDORAS DO FUTURO: REERGUENDO MULHERES MICROEMPREENDEDORAS COM MARKETING DIGITAL E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA REGIÃO DO RIO CAPIM

ANA BEATRIZ QUINTELA CARVALHO ¹, ANA VITORIA OLIVEIRA COSTA ², BIANCA GONÇALVES DA SILVA ³, MARIA VALÉRIA DE SOUZA ACÁCIO ⁴, DANIELLE DE CÁSSIA DA SILVA MALCHER LOBATO⁵

¹ Acadêmica do curso técnico de Administração, Bolsista FADEMA, IFPA, Campus Paragominas;

² Acadêmica do curso técnico de Administração, Bolsista FADEMA, IFPA, Campus Paragominas;

³ Acadêmica do curso técnico de Informática, Bolsista FADEMA, IFPA, Campus Paragominas;

⁴ Acadêmica do curso técnico de Administração, Bolsista FADEMA, IFPA, Campus Paragominas;

⁵ Docente do Curso de Administração, Campus Paragominas, E-mail: danielle.malcher@ifpa.edu.br.

Área de conhecimento/Subárea: Ciências Sociais Aplicadas/Administração.

ODS vinculado(s): ODS05, ODS08, ODS10.

RESUMO: O projeto Empreendedoras do Futuro fortaleceu microempreendimentos liderados por mulheres na região do Rio Capim, no Pará, através da capacitação em marketing digital e inteligência artificial. A iniciativa respondeu às dificuldades enfrentadas pelas microempreendedoras durante a pandemia da COVID-19, promovendo empoderamento feminino e desenvolvimento regional sustentável. Utilizando metodologia qualitativa e participativa, realizou-se diagnóstico situacional de cinco empreendimentos, aplicação de ferramentas de gestão (SWOT, GUT, 5W2H) e implementação de planos de ação personalizados. Os resultados evidenciaram aumento da presença digital, crescimento nas vendas e melhoria na organização dos negócios, contribuindo para a autonomia financeira das participantes e redução das desigualdades socioeconômicas na região.

PALAVRAS-CHAVE: autonomia econômica; capacitação digital; gestão estratégica; inovação tecnológica; inclusão socioeconômica.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino no Brasil apresentou um crescimento expressivo de 41% nos últimos anos, conforme dados do LinkedIn (CNN BRASIL, 2022), refletindo a crescente participação das mulheres como provedoras principais das famílias brasileiras. Segundo o Censo 2022 (IBGE, 2024), 49,1% dos lares brasileiros são chefiados por mulheres, um aumento significativo em relação aos 38,7% registrados em 2010. Este fenômeno socioeconômico é particularmente relevante quando consideramos que, de acordo com o relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2021), 48,9% dos empreendimentos iniciais surgem por necessidade, evidenciando a busca por autonomia financeira e sustento familiar. Na região Norte, particularmente no Pará, essa realidade é ainda mais acentuada devido às desigualdades estruturais preexistentes e à limitação de oportunidades formais de trabalho (SILVA et al., 2024).

A hipótese central deste trabalho é que a capacitação em marketing digital e inteligência artificial (IA) constitui fator determinante para a resiliência e crescimento de microempreendimentos femininos em regiões periféricas. Segundo Paixão (2024), 80% dos pequenos negócios ainda não utilizam IA em suas operações, apesar do potencial transformador dessas tecnologias. Conforme destaca o Sebrae Digital (2025), a implementação adequada de ferramentas digitais pode reduzir em até 60% o tempo



XVII SICTI
Seminário de Iniciação Científica,
Tecnológica e Inovação
X SIMIT
Simpósio de Inovação Tecnológica

**CIÊNCIA e
COOPERAÇÃO
na AMAZÔNIA**
**16 a 19 de
Setembro**
IFPA Campus Bragança

dedicado a tarefas operacionais, permitindo que empreendedoras foquem em atividades estratégicas.

O objetivo principal deste projeto foi fortalecer microempreendimentos liderados por mulheres na região do Rio Capim (PA) através da capacitação em marketing digital e inteligência artificial, promovendo autonomia econômica e redução das desigualdades. Como objetivos específicos, buscou-se: 1) diagnosticar os principais desafios enfrentados pelas microempreendedoras locais; 2) desenvolver e implementar planos de ação personalizados com foco em presença digital; 3) capacitar as participantes no uso de ferramentas tecnológicas acessíveis e gratuitas; e 4) avaliar o impacto das intervenções na sustentabilidade dos negócios.

A relevância deste estudo fundamenta-se na constatação de Oliveira e Santos (2023) de que iniciativas de capacitação tecnológica para mulheres empreendedoras em situação de vulnerabilidade podem aumentar em até 35% a renda familiar, além de promover transformações sociais significativas nas comunidades. Ademais, o projeto alinha-se com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU, especialmente os ODS 5, 8 e 10, contribuindo para políticas públicas de desenvolvimento regional inclusivo.

METODOLOGIA

Este estudo adotou abordagem qualitativa aplicada, fundamentada na pesquisa-ação (TRIPP, 2005), metodologia escolhida pela necessidade de intervenção direta na realidade socioeconômica das participantes. A amostra foi composta por 5 (cinco) microempreendedoras da região do Rio Capim (PA), selecionadas por critérios de baixa inserção digital e potencial de impacto comunitário, atuantes nos setores de artesanato, apicultura, comércio e serviços.

A coleta de dados empregou triangulação metodológica (FLICK, 2023) com: a) entrevistas semiestruturadas; b) observação direta durante visitas técnicas; e c) análise documental dos materiais promocionais e presença digital preexistente. Para o diagnóstico empresarial, aplicou-se um framework integrado com três ferramentas: Matriz SWOT para mapeamento de fatores internos e externos (GÜREL; TAT, 2023); Matriz GUT para priorização de problemas (PERIARD, 2024); e Método 5W2H para sistematização do planejamento (NAKAGAWA, 2024).

A intervenção ocorreu em três fases (diagnóstico, planejamento e implementação), com planos de ação individualizados contemplando capacitações em marketing digital e identidade visual, além de mentorias especializadas e implementação de ferramentas digitais, incluindo aplicações de inteligência artificial para otimização de processos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise diagnóstica realizada por meio das ferramentas SWOT e GUT revelou padrões significativos entre as cinco microempreendedoras participantes. Os principais desafios identificados foram: baixa visibilidade digital (100% das participantes), ausência de estratégias de marketing digital e Inteligência artificial (80%), limitações na comunicação visual dos produtos/serviços (80%), e ausência de estratégias de fidelização de clientes (60%). A partir desse diagnóstico, implementou-se nos meses de janeiro e fevereiro de 2025 um programa estruturado de capacitação com atividades presenciais e mentorias individualizadas. As intervenções foram organizadas em três eixos temáticos:

1) Presença Digital Estratégica: Desenvolvimento de perfis profissionais no Instagram (5/5 participantes), criação de identidade visual consistente (5/5 participantes) e implementação de estratégias de SEO local (3/5 participantes). Observou-se aumento médio de 127% no engajamento digital e ampliação de 20% na base de seguidores em 30 dias.



XVII SICTI
Seminário de Iniciação Científica,
Tecnológica e Inovação
X SIMIT
Simpósio de Inovação Tecnológica

**CIÊNCIA e
COOPERAÇÃO
na AMAZÔNIA**
**16 a 19 de
Setembro**
IFPA Campus Bragança

2) Produção de Conteúdo com IA: Capacitação no uso de ferramentas como ChatGPT para criação de textos comerciais (5/5 participantes), Canva para design gráfico (5/5 participantes) e aplicativos de edição de imagem para smartphones (4/5 participantes). A automação desses processos reduziu em média 68% o tempo dedicado à criação de conteúdo, conforme relatado pelas participantes.

Os resultados quantitativos evidenciaram impactos econômicos mensuráveis: aumento médio de 27% no volume de vendas e ampliação de 38% na carteira de clientes ativos, sugerindo que o impacto de intervenções digitais pode ser potencializado em regiões com menor saturação de mercado.

Qualitativamente, observou-se transformação significativa na autopercepção das microempendedoras, com relatos de maior confiança na gestão digital do negócio (5/5), melhor capacidade de comunicação com clientes (5/5) e maior autonomia no uso de redes sociais (4/5). Estes achados corroboram a tese de Fernandes et al. (2024) sobre o impacto psicossocial da capacitação digital no empoderamento feminino em contextos de vulnerabilidade.

Limitações importantes foram identificadas durante a intervenção, notadamente: conectividade instável à internet na região (afetando 3/5 participantes) e dificuldades de conciliação entre atividades domésticas e capacitação (3/5 participantes). Estas barreiras foram parcialmente mitigadas por estratégias adaptativas como disponibilização de material offline e sessões de reforço individualizadas.

CONCLUSÕES

A capacitação em marketing digital e inteligência artificial mostrou-se estratégia eficaz para fortalecer microempreendimentos femininos em contextos vulneráveis, com impactos econômicos expressivos e transformações qualitativas significativas na autonomia das participantes. A experiência na região do Rio Capim evidenciou que o acesso a ferramentas digitais transcende o aspecto mercadológico, promovendo empoderamento feminino e redução de desigualdades estruturais. As limitações identificadas, principalmente conectividade instável e conciliação trabalho-família, apontam para a necessidade de políticas públicas integradas que abordem infraestrutura digital e equidade de gênero em regiões periféricas.

AGRADECIMENTOS

À FADEMA pela concessão das bolsas, ao IFPA Campus Paragominas pelo suporte institucional e aos parceiros voluntários que colaboraram com as oficinas. Em especial às cinco microempendedoras participantes, pela confiança e dedicação ao projeto.

Referências

- CAVANHA FILHO, A. O. **5W2H – Uma ferramenta para o planejamento e execução de ações**. São Paulo: Editora Atlas, 2016.
- CRESWELL, J. W.; CRESWELL, J. D. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021.
- FERNANDES, M. L. et al. **Impactos psicossociais da capacitação digital no empoderamento feminino**. Revista Brasileira de Estudos de Gênero, v. 12, n. 3, p. 45-62, 2024.
- FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2023.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2021**. Curitiba: IBQP, 2021.
- GÜREL, E.; TAT, M. **SWOT analysis: theoretical review and practical applications for business excellence**. Journal of Strategic Management, v. 15, n. 2, p. 132-151, 2023.
- IBGE. **Censo Demográfico 2022: Características gerais dos domicílios e dos moradores**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.
- MACHADO, R. S. et al. **Diagnóstico empresarial no contexto do empreendedorismo feminino periférico**. Revista de