

## DESVENDANDO A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL empresárias gaúchas e o programa "Agentes Locais de Inovação" do SEBRAE

**Bibiana Poche Florio<sup>1</sup>**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

[bibianaflorio@gmail.com](mailto:bibianaflorio@gmail.com)

**Ivana Izabel Vieceli<sup>2</sup>**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

[ivanavieceli@gmail.com](mailto:ivanavieceli@gmail.com)

### Resumo

Inovar dentro de uma empresa é um processo desafiador, e fazê-lo sem apoio e incentivos pode ser ainda mais difícil. No caso das empreendedoras, a pressão das expectativas sociais sobre as mulheres, como ser uma boa mãe, filha, irmã, esposa, pode complicar ainda mais esse caminho. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) procura dar assistência no processo de inovação com o programa Agentes Locais de Inovação (ALI). Neste trabalho, aborda-se sobre as empreendedoras da região metropolitana de Porto Alegre e do litoral norte gaúcho que estiveram na modalidade Transformação Digital do programa ALI. Pretende-se aqui responder a pergunta de pesquisa: Como as empresárias se situam perante o processo de Transformação Digital? Avaliamos, com uma amostra de 34 participantes, em quais condições de maturidade digital as empresárias chegam ao programa e quais os principais tipos de ferramenta (casos de uso) escolhidos por elas. Isso contribui para traçar um perfil das participantes do programa na região. A fim de aprofundar alguns dados, 17 empresárias também responderam um questionário complementar. As empresárias chegam ao programa como um nível de maturidade digital baixo (inicial ou novato), e os casos de uso são em sua maioria e-commerce (32,1%), ERP (21,4%) e Marketing Digital (21,4%). Assim, considera-se que o programa cumpre com sua proposta ao auxiliar as empresárias em seus processos de inovação e Transformação Digital.

**Palavras-chave:** transformação digital; empreendedorismo feminino; Porto Alegre; litoral norte; inovação.

### UNRAVELING DIGITAL TRANSFORMATION

female Entrepreneurs from Rio Grande do Sul and the "Local Innovation Agents" program by  
SEBRAE

### Abstract

Innovation within a company is a challenging process, and doing so without support and incentives can be even more difficult. In the case of female entrepreneurs, societal expectations, such as being a good mother, daughter, sister, and wife, can further complicate this path. The Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE) aims to provide assistance in the innovation process through the Local Innovation Agents (ALI) program. This study focuses on female entrepreneurs from the metropolitan region of Porto Alegre and the northern coast of Rio Grande do Sul who participated in the Digital Transformation modality of the ALI program. The research question addressed here is: How do female entrepreneurs position themselves in the Digital Transformation process? We assessed, with a sample of 34 participants, the digital maturity conditions in which female entrepreneurs enter the program and the main types of tools (use cases) chosen by them. This contributes to profiling the participants in the program in the region. To delve into specific data, 17 entrepreneurs also completed a supplementary questionnaire. Female entrepreneurs enter the program with a low level of digital maturity (initial or novice), and the predominant use cases are e-commerce (32.1%), ERP (21.4%), and Digital Marketing (21.4%). Thus, it is considered that the program fulfills its purpose by assisting female entrepreneurs in their innovation and Digital Transformation processes.

**Keywords:** digital transformation; female entrepreneurship; Porto Alegre; northern coast; innovation.

<sup>1</sup> Doutoranda em Sociologia na UFRGS, pesquisadora no grupo de estudos da inovação (GEI/UFRGS). Em 2023, foi Agente local de Inovação do SEBRAE/RS, na modalidade Transformação Digital.

<sup>2</sup> Pós-Graduada em Gestão Empresarial, IFRS. Formada em Administração de Empresas, UNISINOS. Em 2023, foi orientadora dos/das Agentes Locais de Inovação do SEBRAE/RS, na modalidade Transformação Digital.



## DESCIFRANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

empresarias gaúchas y el programa "Agentes Locales de Innovación" de SEBRAE

### Resumen

Innovar dentro de una empresa es un proceso desafiante, y hacerlo sin apoyo e incentivos puede ser aún más difícil. En el caso de las empresarias, la presión de las expectativas sociales sobre las mujeres, como ser una buena madre, hija, hermana, esposa, puede complicar aún más este camino. El Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) busca brindar asistencia en el proceso de innovación con el programa Agentes Locales de Innovación (ALI). En este trabajo, se aborda la situación de las empresarias de la región metropolitana de Porto Alegre y del litoral norte gaúcho que participaron en la modalidad de Transformación Digital del programa ALI. El objetivo es responder a la pregunta de investigación: ¿Cómo se posicionan las empresarias ante el proceso de Transformación Digital? Evaluamos, con una muestra de 34 participantes, en qué condiciones de madurez digital ingresan las empresarias al programa y cuáles son los principales tipos de herramientas (casos de uso) elegidos por ellas. Esto contribuye a perfilar a las participantes del programa en la región. Para profundizar en algunos datos, 17 empresarias también respondieron un cuestionario complementario. Las empresarias ingresan al programa con un bajo nivel de madurez digital (inicial o principiante), y los casos de uso son principalmente comercio electrónico (32,1%), ERP (21,4%) y Marketing Digital (21,4%). Por lo tanto, se considera que el programa cumple con su propuesta al ayudar a las empresarias en sus procesos de innovación y Transformación Digital.

**Palabras clave:** transformación digital; emprendimiento femenino; Porto Alegre; litoral norte; innovación.

## 1 INTRODUÇÃO

No Brasil, conforme o DATASEBRAE (2023), a maioria das mulheres recebem menos apoio na condução de seu negócio que homens, sendo que a diferença de apoio entre clientes/fornecedores alcança o pico de diferença entre sexos, possuindo 9% a mais de suporte para empresários homens. Adicionado a esse contexto, as empresárias gastam o dobro de tempo com afazeres domésticos e com cuidado com familiares. Ainda 24% das empresárias sofreram preconceito e 42% sabem que outra mulher já foi discriminada. Considerando isto, as empresárias se dizem menos autoconfiantes e com menos facilidade de definir projetos e realizar sonhos, em comparação com homens.

Empresárias mulheres contam com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em sua trajetória. Conforme o SEBRAE (2023a), essa entidade privada tem como objetivo promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável de empreendimentos de micro e pequenas empresas, com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões. O programa de Agentes Locais de Inovação do SEBRAE, abordado neste estudo, integra o programa mais amplo denominado "Brasil Mais Produtivo".

O Brasil Mais Produtivo, coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), é uma iniciativa nacional brasileira destinada a impulsionar a eficiência e competitividade de empresas de micro, pequeno e médio porte. Isso é feito ao incentivar práticas aprimoradas de gestão e implementar soluções digitais de rápida execução, baixo custo e impacto significativo, conforme MDIC (2023). Além do SEBRAE, desde 2016 este programa é realizado por outras entidades, tais como a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e a Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (Embrapii).

O programa Agentes Locais da Inovação (ALI) é um programa gratuito do SEBRAE que possui diversas modalidades, sendo elas Produtividade, Transformação Digital, Rural, Educação Empreendedora, Indicações Geográficas e Ecossistemas, de acordo com SEBRAE (2023b). Esta iniciativa é anterior ao programa Brasil Mais Produtivo, desde 2008, mas que se soma aos esforços das diversas entidades anteriormente mencionadas (SEBRAE, 2022).

Considerando este contexto, este trabalho procura responder a pergunta de pesquisa: Como as empresárias se situam perante o processo de Transformação Digital, promovido pelo programa ALI (SEBRAE)? O objetivo geral é compreender como as empreendedoras chegam ao programa, considerando seu nível de maturidade digital, bem como seus demais

condicionantes subjacentes no decorrer do programa. Os procedimentos metodológicos se baseiam em trabalho de campo da região metropolitana de Porto Alegre e litoral norte gaúcho – enquanto agente local de inovação –, revisão bibliográfica, análise de dados dos Check-Ups Digitais (que são realizados ao entrarem no programa), além de coleta e análise de dados complementares. Cabe destacar, que esta discussão torna-se relevante ao considerarmos as diferenças inicialmente apresentadas, no qual as empresárias possuem discrepâncias significativas dos seus pares homens.

## 2 INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A transição tecnológica que a sociedade global tem passado nas últimas três décadas indica que a digitalização tem sido um processo em evolução, que foi aprofundado a partir dos anos 2010 e a quarta revolução industrial. De forma geral, as empresas que se adequam a novas realidades, por meio de inovação e transformação digital, adquirem vantagem competitiva e melhoram suas performances (Susanti; Mulyanti; Wati, 2023).

Cabe salientar que Inovação, conforme Ramella (2020), é “[...] tanto a mudança quanto seu resultado e implica uma contextualização e uma comparação diacrônica” (p. 26) e, ainda, considerando o Manual de Oslo (2018), inovação de uma empresa “[...] pode introduzir muitos tipos de mudanças em seus métodos de trabalho, no uso dos fatores de produção e nos tipos de *outputs* que melhoram sua produtividade e/ou seu desempenho comercial” (OCDE, 2018, p.20). Já Transformação Digital pode ser definida como “[...] o uso de novas tecnologias digitais, como dispositivos móveis, inteligência artificial, nuvem, blockchain e tecnologias da Internet das Coisas (IoT), para possibilitar melhorias significativas nos negócios” (Warner; Wäger *apud* Omrani, 2022, tradução nossa).

De acordo com Alam *et al.* (2022), recursos e habilidades ligados à tecnologia digital, como o uso de redes sociais, cultura organizacional, inovação, internacionalização e tecnologias de informação, têm uma contribuição positiva na transformação digital sustentável. Além disso, constata-se que o gênero dos proprietários/gestores de empresas exerce uma influência significativa nas dinâmicas de transformação digital. Empresas de pequeno e médio porte lideradas por mulheres tendem a fazer um uso mais extensivo das redes sociais em comparação com seus pares masculinos. Contudo, o estudo sugere que essas empresas, lideradas por mulheres, podem depender mais de profissionais de tecnologia da informação e comunicação (TIC) para impulsionar a transformação digital, indicando uma possível necessidade de maior suporte nas estratégias digitais.

A comparação entre as performances das micro, pequenas e médias empresas é um desafio visto que possuem diferentes características que por vezes são difíceis de serem equiparados e medidos, ou seja, há várias dificuldades de comparar empresas tão distintas. Por essa razão, Susanti, Mulyanti e Wati (2023) ressaltam também a importância do acréscimo de uma avaliação qualitativa em empresas deste tamanho.

Os resultados da pesquisa de Ta e Lin (2023) sugerem que os elementos relacionados ao ambiente circundante desempenham também um papel crucial na Transformação Digital, sendo seguidos pela experiência do cliente, compatibilidade tecnológica, apoio governamental, apoio organizacional e recursos humanos. De outro modo, também pode-se afirmar que a “utilização exclusiva da tecnologia digital é insuficiente para impulsionar a Transformação Digital. Uma corporação deve possuir capacidades digitais adequadas, estratégia digital, cultura e desenvolvimento de pessoal para garantir uma transição digital bem-sucedida” (Susanti; Mulyanti; Wati, 2023, p. 30, tradução nossa). Assim, Práticas eficazes para diversas pequenas e médias empresas (PMEs) incluem estabelecer metas claras, envolver os colaboradores no processo de transformação, investir em formação e desenvolvimento, e realizar uma monitorização constante para avaliar os resultados (Battistoni *et al.*, 2023).

Conforme Battistoni *et al.* (2023), as PMEs enfrentam vários desafios na adoção da Transformação Digital, incluindo recursos financeiros, humanos e de gestão limitados, o que pode restringir a sua capacidade de implementar diferentes tecnologias da Indústria 4.0. Considerando as dificuldades associadas à inovação, como riscos e custos, esta costuma ocorrer de forma mais incremental, seja em processos internos ou de pequenas mudanças em seus produtos ou serviços. No ALI Transformação Digital, diversas empresárias detêm esta situação e, por isso, que a "inovação de processos pode ser planejada para diminuir os custos unitários de produção ou entrega, visando aprimorar a qualidade, ou para fabricar ou fornecer um produto novo ou significativamente aprimorado." (Susanti; Mulyanti; Wati, 2023, p. 29, tradução nossa).

Considerando Omrani *et al.* (2022), esse debate vai ao encontro da estrutura de análise chamada tecnologia-organização-ambiente (do inglês, *technology-organization-environment*, TOE), no qual é um modelo teórico que identifica os efeitos de fatores internos (ou seja, tecnológicos e organizacionais) e fatores ambientais externos na adoção de tecnologias digitais nas PMEs. Os fatores tecnológicos referem-se às características da própria tecnologia, os fatores organizacionais referem-se à prontidão da organização para adotar novas tecnologias e os fatores ambientais referem-se aos fatores externos que influenciam a adoção de tecnologias digitais.

No âmbito dos *drivers* tecnológicos, o estudo identifica variáveis como a disponibilidade e qualidade da infraestrutura de TI, o nível de ferramentas digitais disponíveis no encontro e o nível de inovação tecnológica. Nos *drivers* organizacionais, identifica-se variáveis como tamanho organizacional, idade e cultura, bem como o nível de habilidades e treinamento dos funcionários. Examina-se também o impacto de fatores ambientais externos, como a concorrência no mercado, as regulamentações governamentais e as exigências dos clientes na adoção da tecnologia digital nas PMEs (Omrani *et al.*, 2022). De forma geral, a metodologia e os resultados apresentados a seguir, procuram destacar alguns fatores internos e externos que afetam a Transformação Digital realizada pelas empresárias gaúchas.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao trabalho de campo como Agente Local de Inovação (ALI) para a Transformação Digital, sendo bolsista de extensão tecnológica, iniciou em janeiro de 2023. Seguindo a Metodologia de Atuação para Bolsistas (2022), o contato com empresárias foi estabelecido após a prospecção ativa do ALI. O processo envolve sete etapas com empresários na região metropolitana de Porto Alegre e litoral norte gaúcho. Até novembro de 2023, oficialmente, 59 empresas foram atendidas e um número significativamente maior foi contatado durante a prospecção e interação com fornecedores.

Na adesão ao programa de Transformação Digital, empresários realizam obrigatoriamente o Check-Up Digital, avaliando a maturidade digital em seis dimensões, sendo elas: Tecnologia e habilidades digitais; Comunicação de comunicação e vendas; Organização e pessoas; Estratégia e Transformação Digital; Dados e análises e; Processos. O relatório resultante classifica as empresas nos níveis Inicial, Novato, Competente e Avançado, com recomendações personalizadas para melhoria conforme ABDI (2023). Neste estudo, dados de 34 empresárias, obtidos pelo Check-Up Digital ao ingressarem no programa ALI Transformação Digital, serão analisados na próxima seção.

Com intuito de aprofundar a discussão e compreender a percepção de empresárias que participam ou participaram do programa, realizou-se coleta de dados complementares. Na Etapa 1, de forma obrigatória, é realizado o questionário Priorização dos Casos de Uso com cada integrante do programa. A partir disso, agrupou-se os casos de uso priorizados pelas empresárias (incluindo as empresárias desistentes).

Ademais, a partir de um questionário complementar, foram coletadas, de forma opcional, respostas de 17 empresárias da região metropolitana de Porto Alegre e litoral norte

gaúcho – gerando dados quantitativos e qualitativos. Os dados quantitativos são sobre as empresárias e seu contexto específico e os dados qualitativos buscaram apreender seu *feedback* sobre o programa.

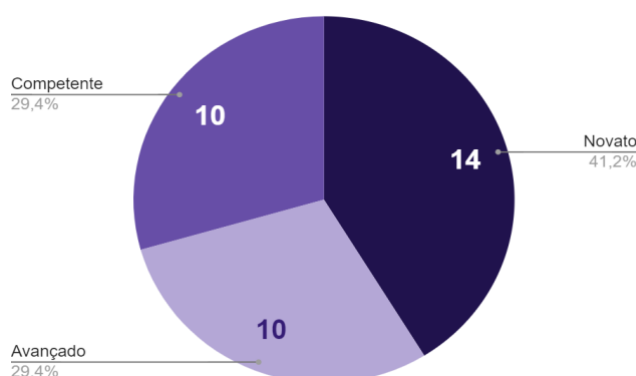
#### 4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Responderemos à pergunta "Como as empresárias se situam perante o processo de Transformação Digital, promovido pelo programa ALI (SEBRAE)?", apresentando os resultados de 34 empresárias usando o "Check-Up Digital" e dados adicionais sobre casos de uso, contexto e percepções no programa ALI.

##### 4.1 CHECK-UP DIGITAL

O Check-up Digital (ABDI, 2023) avalia quão digital é a empresa e, por esta razão, serve de instrumento para conferir como a empresa se encontra no momento de entrada e de saída do programa ALI Transformação Digital. Neste trabalho será focado somente no momento de entrada no programa, com uma amostra de 34 empresárias<sup>3</sup>. No Check-up Digital existem dimensões que são avaliadas com mais especificidade, sendo elas: Tecnologia e habilidades digitais; Comunicação de comunicação e vendas; Organização e pessoas; Estratégia e Transformação Digital; Dados e análises e; Processos. Abaixo, pode-se averiguar graficamente a distribuição de níveis em cada uma das dimensões, de um nível menos maduro (“inicial”), passando pelos níveis “novato”, “competente”, até o mais maduro digitalmente, o nível “avançado”.

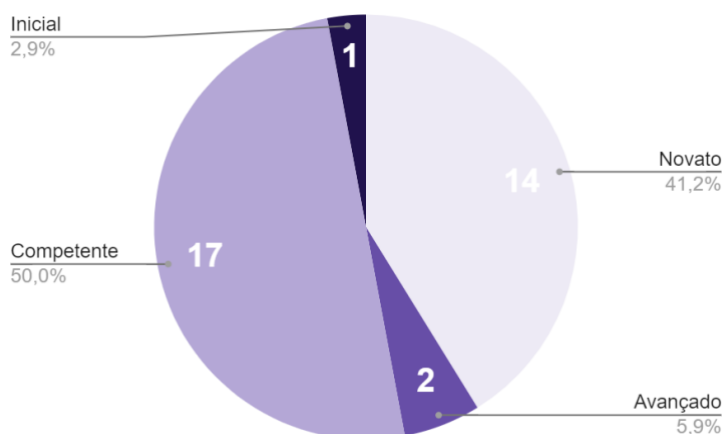
**Gráfico 1 – Tecnologias e habilidades digitais**



Fonte: elaboração própria, 2024.

<sup>3</sup>Isto é um recorte de pesquisa para considerar um número maior de amostra visto que várias empresas não engajam na entrega do Check-Up final – que apresentaria as possíveis mudanças promovidas dentro do atendimento do agente.

**Gráfico 2 – Canais de comunicação e vendas**

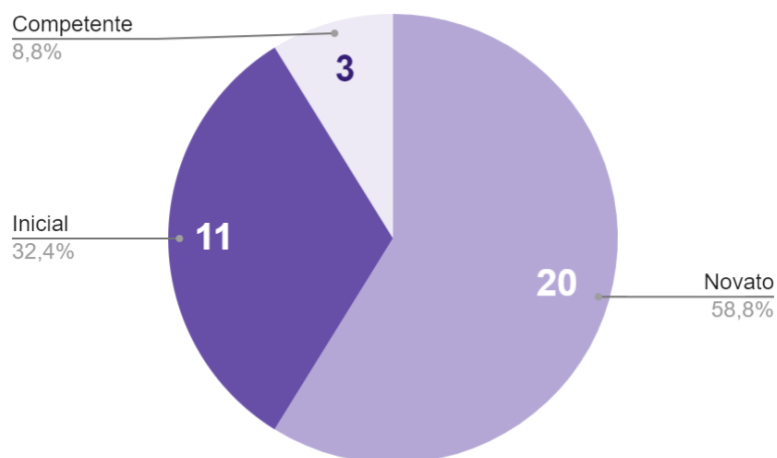


Fonte: elaboração própria, 2024.

No gráfico 1 e 2, respectivamente **Tecnologias e habilidades digitais** e **Canais de comunicação e vendas**, destaca-se que as empresárias possuem majoritariamente níveis “novato” ou “competente” em suas avaliações. O gráfico 1 sinaliza que as empresas estão progressivamente adotando tecnologias digitais, implementando softwares em áreas do negócio e seus funcionários possuem competências digitais básicas ou intermediárias, permitindo o uso ágil dessas tecnologias. O gráfico 1 é que mais apresentou empresárias com nível “avançado”, comparativamente com os demais dados, alcançando 29,4%. Também se caracteriza, no gráfico 2, que as empresas utilizam uma abordagem de comunicação e implementação de estratégias de marketing voltada para múltiplos canais e meios digitais (ABDI, 2023).

8

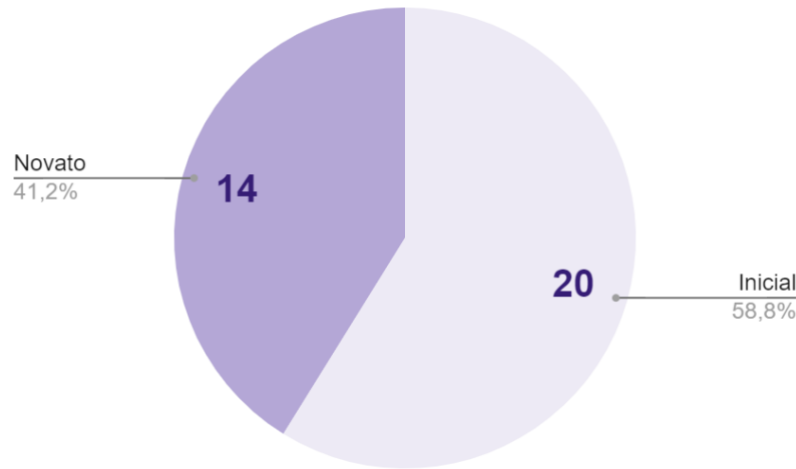
**Gráfico 3 – Organização e pessoas**



Fonte: elaboração própria, 2024.



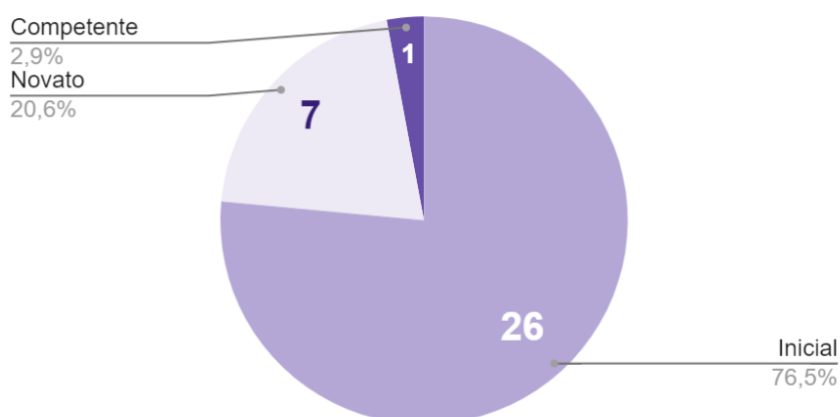
**Gráfico 4** – Estratégia e transformação digital



Fonte: elaboração própria, 2024.

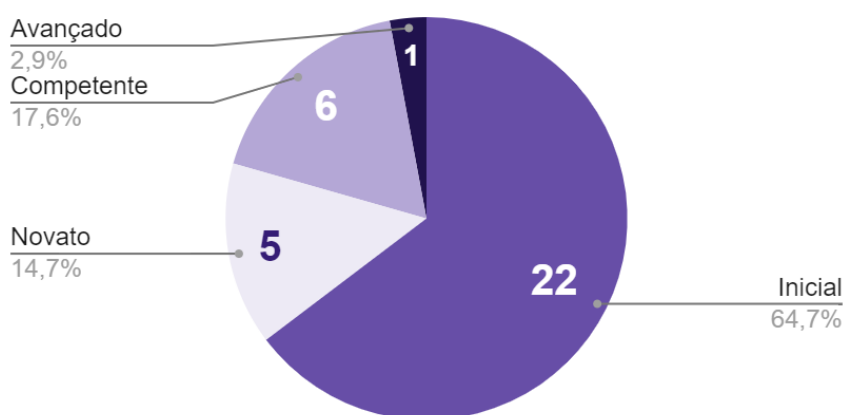
As demais dimensões, retratadas nos gráficos 3,4,5 e 6, apresentam em sua maioria os níveis “inicial” e “novato”, indicando que podem ser pontos de atenção sobre a Transformação Digital da empresa. No gráfico 3, **Organização e Pessoas** em sua maioria caracterizado pelo nível “novato” nota-se que as empresas parecem promover uma cultura digital básica, oferecendo treinamentos em habilidades digitais e implementando tecnologias para facilitar a colaboração online, mas o recrutamento e a capacitação não estão estrategicamente alinhados em relação às necessidades organizacionais. (ABDI, 2023). No gráfico 4, em relação à **Estratégia e Transformação Digital** destaca-se que as empresárias carecem de uma estratégia clara para implementar objetivos de curto e médio prazo, como aumento de vendas, redução de custos e organização do negócio por meio de tecnologias digitais, devido a um baixo entendimento das vantagens e riscos no ambiente digital. No gráfico 5, **Dados e Análises**, as empresas possivelmente têm habilidades limitadas na coleta, análise e aplicação de dados para melhorar processos ou produtos, com dados frequentemente não padronizados e subutilização de informações obtidas de relatórios em papel ou mídias sociais. E, por fim, no gráfico 6, **Processos**, averigua-se que a falta de planejamento e a ausência de processos estruturados parecem impedir as empresas de aproveitarem eficientemente informações de relatórios em papel ou dados das mídias sociais (ABDI, 2023).

**Gráfico 5 – Dados e análises**



Fonte: elaboração própria, 2024.

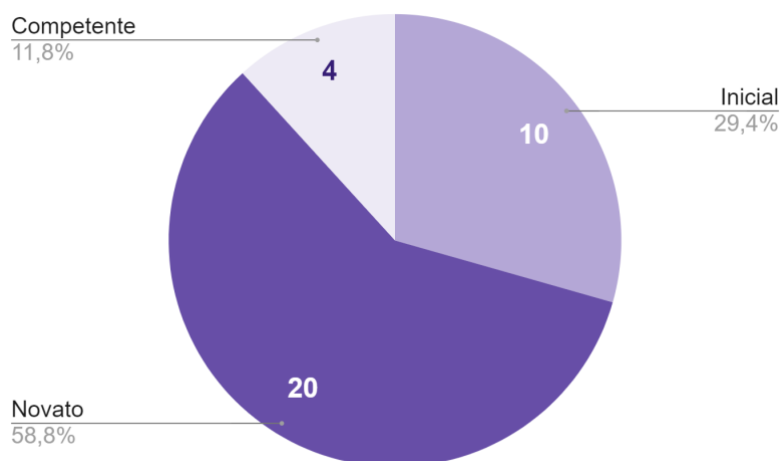
**Gráfico 6 – Processos**



Fonte: elaboração própria, 2024.

O nível de maturidade, como panorama geral, ao se considerar todas as dimensões das empresas se encontram no nível “novato” totalizando 58,8%, com 20 empresas da amostra. A maturidade digital no nível "novato" é caracterizada pelo uso básico de ferramentas digitais em processos cruciais, indicando o reconhecimento da necessidade de transformação digital, mas ainda falta uma estratégia coordenada e eficiente, evidenciada pela adoção incipiente de práticas como a coleta de dados e a formação de habilidades digitais na força de trabalho (ABDI, 2023).

**Gráfico 7** – Nível de Maturidade Digital: Panorama Geral



Fonte: elaboração própria, 2024.

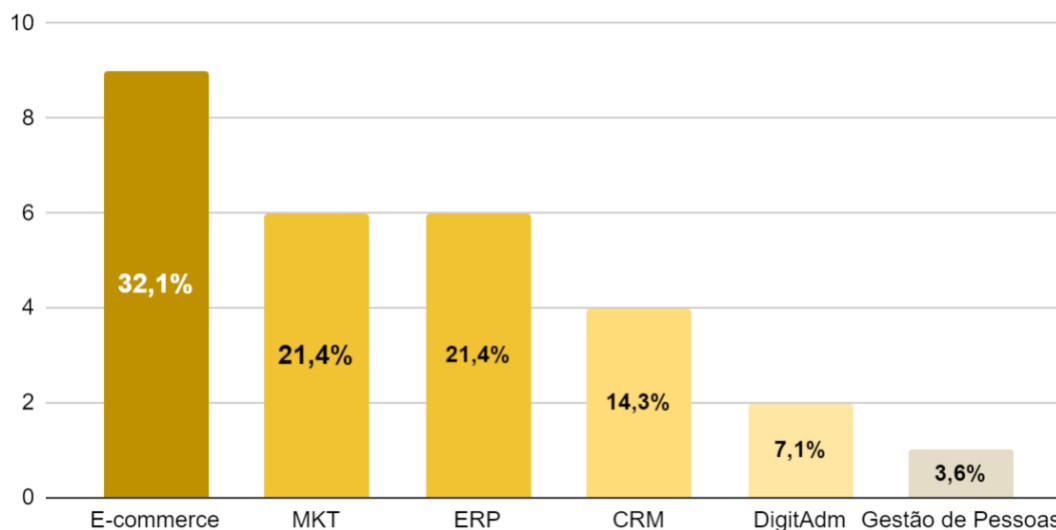
Outras 10 empresas que alcançaram 29,4% da amostra estão no nível “inicial”. E, por fim, com 11,8% das empresas sendo consideradas “competente” em suas habilidades digitais. Destaca-se que não houve nenhuma empresa que teve como conceito geral do questionário o nível “avançado” em termos de maturidade digital. Dessa forma pode-se dizer que as empresárias, no momento que entram no programa ALI Transformação Digital estão em um nível de maturidade “inicial” ou “novato” em suas empresas, conforme o instrumento de pesquisa Check-Up Digital.

#### 4.2 DADOS COMPLEMENTARES

Dados adicionais foram coletados para complementar o Check-Up Digital. Na etapa inicial do programa ALI Transformação Digital com empresárias, estabelece-se o caso de uso principal, direcionando-o para aquisição gradual de ferramenta digital em fases subsequentes, refletindo a busca por inovação no programa gratuito do SEBRAE.

Entre a amostra de 34 empresárias que responderam ao questionário de priorização de casos de uso, 32,1% optou pela melhoria ou implementação do seu E-commerce. Já 21,4% das empresárias procuram ações de transformação digital na área de Marketing Digital ou *Enterprise Resource Planning* (ERP). O caso de uso *Customer Relationship Management* (CRM) é buscado por 14,3% das empresárias, a digitalização de processos administrativos é procurado por cerca de 7,1% e, por fim, 3,6% procura ferramentas de gestão de pessoas, conforme gráfico 8.

**Gráfico 8 – Casos de Uso**

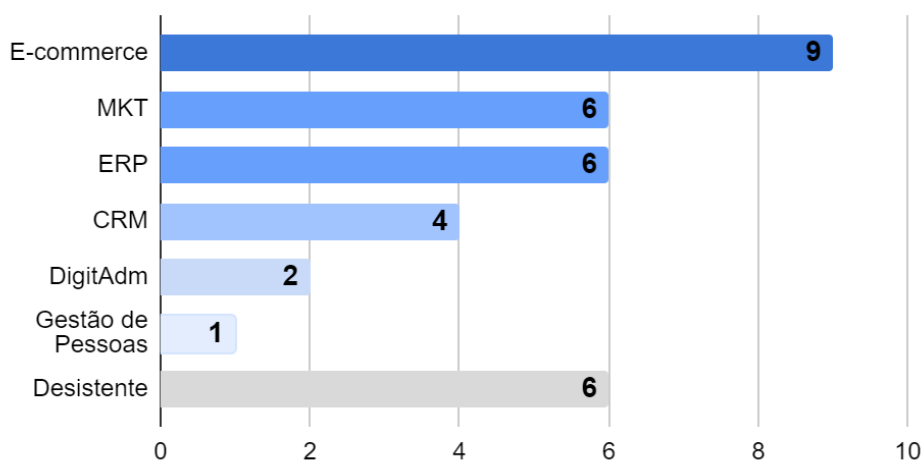


Fonte: elaboração própria, 2024.

O gráfico 9 apresenta os casos de uso de forma semelhante ao gráfico 8. Aqui, no entanto, também se identifica os casos de uso com seus valores absolutos, além do número de empresárias desistentes do programa. Das 34 empresárias da amostra, 6 desistiram ao longo dos ciclos previstos. Isso representa mais de 1/5 das empresárias participantes, totalizando 21,4%. Entre os motivos das empresárias que não puderam seguir em frente pode-se afirmar que parte delas necessitou cuidar de parentes enfermos e/ou estava sobrecarregada com as demandas da empresa.

12

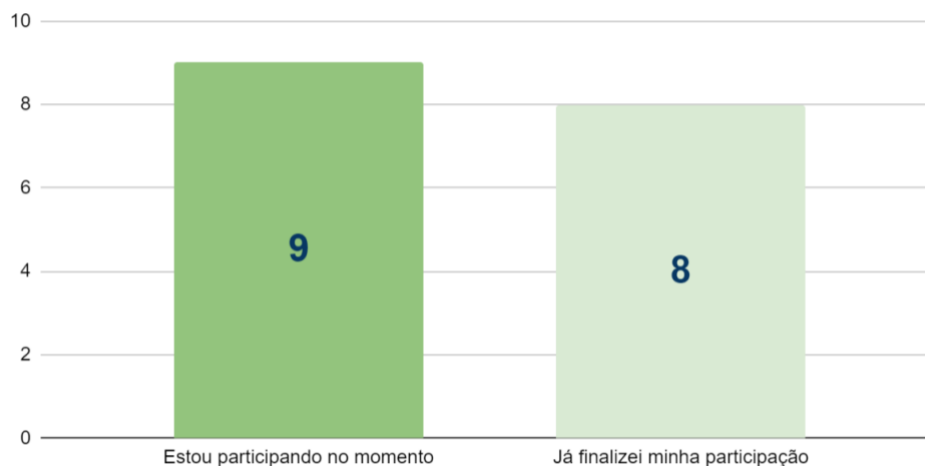
**Gráfico 9 – Casos de uso (considerando desistentes)**



Fonte: elaboração própria, 2024.

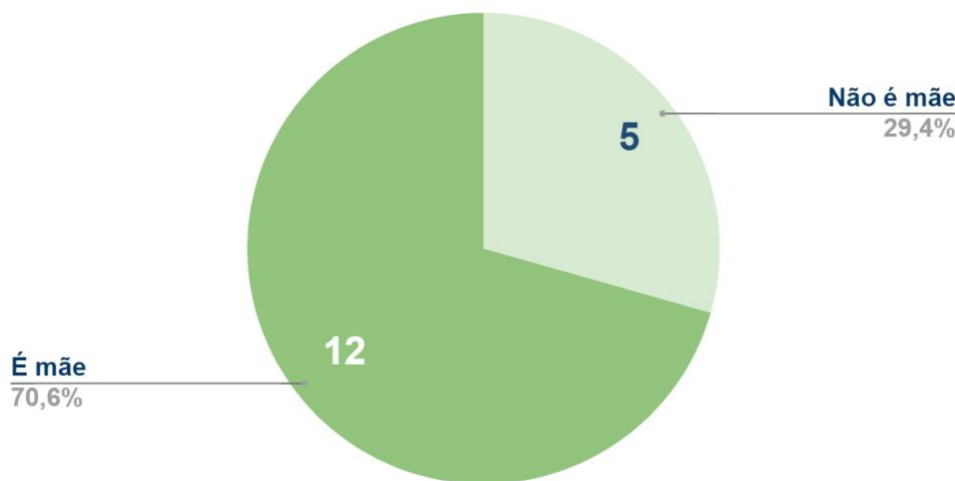
Entre os dias 17 e 20 de novembro de 2023, 17 empresárias (das 34 empresárias consideradas anteriormente) responderam um questionário opcional que abrangia algumas questões que não são captadas pelos dados até agora apresentados.

**Gráfico 10 – Situação atual**



Fonte: elaboração própria, 2024.

**Gráfico 11 – Fator Maternidade**

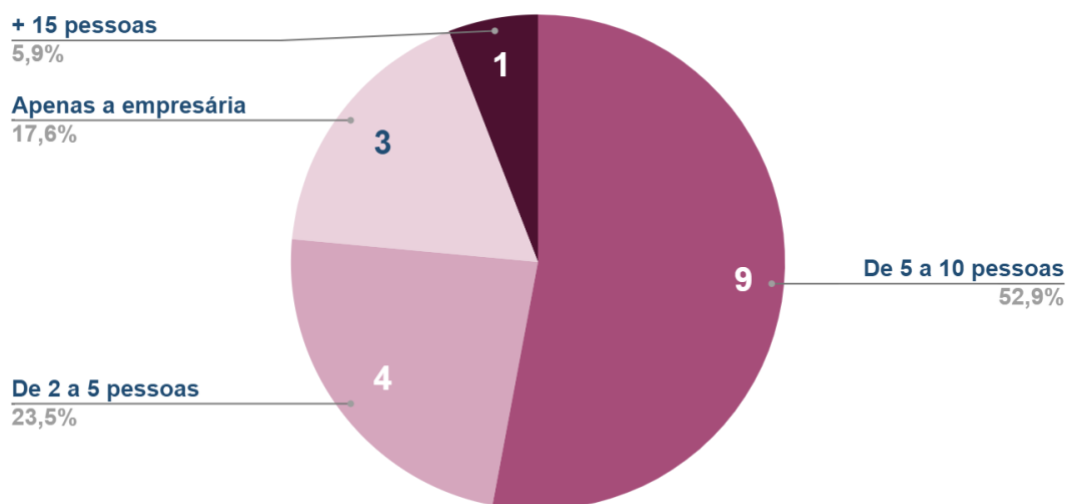


Fonte: elaboração própria, 2024.

O perfil das empresárias é possível de se averiguar ao se consultar diferentes aspectos de suas vidas cotidianas. A partir dos dados coletados, o gráfico 10 retrata que a situação das empresárias não difere significativamente entre grupos considerando as respondentes da pesquisa. Ou seja, responderam tanto empresárias que já passaram e concluíram o programa, como as que estão ou no programa atualmente – apresentando apenas uma pequena diferença. No gráfico 11, no entanto, já se percebe uma diferença acentuada entre dois grupos: as que são

mães e as que não são. Em sua maioria, alcançando a marca de 70,6% das respondentes, é mãe e empresária.

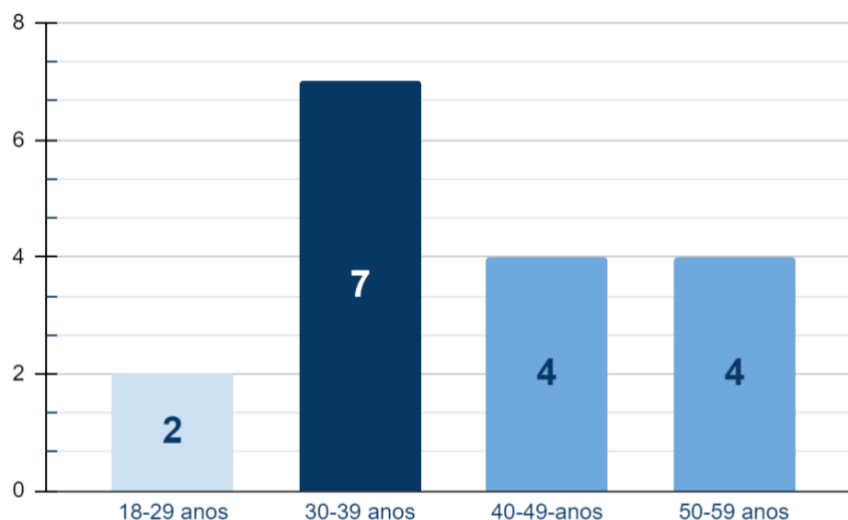
**Gráfico 12** – Tamanho da equipe da empresária



Fonte: elaboração própria, 2024.

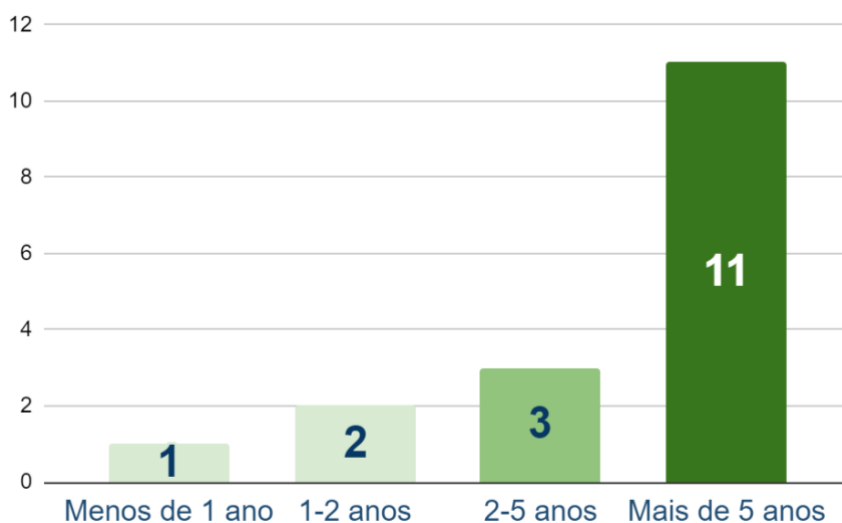
No gráfico 12, sobre o tamanho da equipe da empresária, observa-se que a maioria é uma microempresa de 5 a 10 pessoas, representando um pouco mais de 50% da amostra. No gráfico 13, apresenta-se que a maioria das empresárias está na faixa etária de 30 a 39 anos aproximadamente 41, 2%. Por sua vez, no gráfico 14, 64,7% das empresárias têm sua empresa ativa há mais de 5 anos.

**Gráfico 13 – Idade da empresária**



Fonte: elaboração própria, 2024.

**Gráfico 14 – Tempo do negócio**



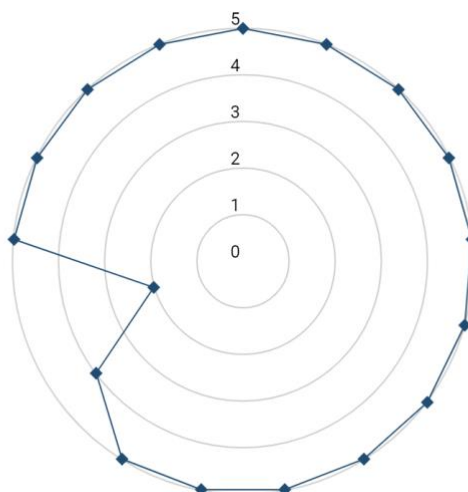
Fonte: elaboração própria, 2024.

Assim, os dados quantitativos retirados da amostra de 17 respondentes do questionário complementar que participaram/ participam do programa ALI Transformação Digital apontam que, em sua maioria, as empresárias têm de 30 a 39 anos, suas empresas existem há mais de 5 anos, suas equipes são formadas por 5 a 10 pessoas e elas são mães.

Os dados qualitativos foram coletados referente às justificativas de duas questões a seguir. Primeiramente, foi perguntado às empresárias, em formato de escala linear de 1 (pouco útil) a 5 (muito útil), se a ferramenta digital adquirida durante o programa era considerada útil

ou relevante para o trabalho que elas desenvolvem nas suas empresas. Abaixo, no gráfico 15, cada ponto é uma respondente, portanto, das 17 respondentes 15 disseram que a ferramenta é muito útil. No quadro, a seguir, é possível constatar as justificativas dadas, de forma opcional, à classificação de ser muito útil a ferramenta digital escolhida pelas empresárias.

**Gráfico 15** – Ferramenta adquirida foi/é relevante e útil para o trabalho  
1 (pouco útil) até 5 (muito útil)



Fonte: elaboração própria, 2024.

**Quadro 1** – Justificativas para as respostas sobre “ferramenta adquirida foi/é relevante e útil para o trabalho”

1. Sim, a ferramenta adquirida está nos auxiliando no processo digital da empresa.
2. Ainda irei testar, mas sei que irá ajudar muito.
3. Não tinha nenhum sistema de gestão.
4. Sim, pois nos possibilitou implantar mais uma forma de vender mais.
5. Irá auxiliar no trabalho.
6. Sem esta ferramenta não seria possível implementar minha área de membros dos treinamentos e mentorias online de forma eficiente aplicando o branding e a estratégia de vitrine de todos os produtos que gera desejo de LTV [*lifetime value*] no meu cliente. Além disso, consigo implementar boas estratégias de captação de leads com ela e proporcionar uma ótima experiência online para que meu cliente recomende a minha marca.
7. Sim, usamos ela toda semana.
8. A ferramenta possibilita a divulgação da marca no Brasil inteiro.
9. Adorar atendimento
10. Organiza as demandas
11. O tempo de formação disponibilizado para implementar a plataforma não foi suficiente
12. MUITO ÚTIL.
13. Visibilidade
14. Agilidade e facilitação postagens redes sociais
15. Ferramenta perfeita para o negócio

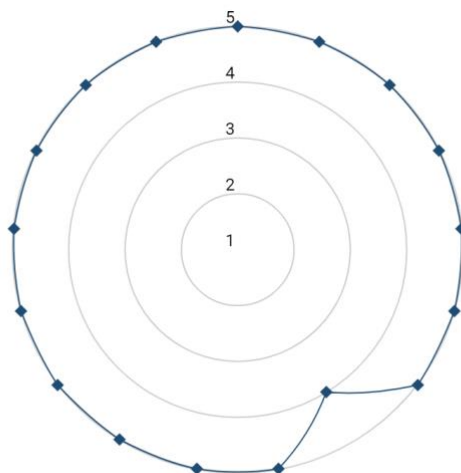
Fonte: elaboração própria, 2024.

A partir do quadro 1, é possível verificar como a Transformação Digital, promovida pelo programa ALI, pode ocorrer dentro das organizações, bem como sua utilidade para as



empresárias. Entre as respostas, resumidamente, aponta-se para os seguintes benefícios trazidos pela ferramenta, sendo eles: agilidade, facilitação, organização e divulgação.

**Gráfico 16** – Relevância/Utilidade do Atendimento do Agente Local de Inovação na Transformação Digital para o trabalho da empresária  
1 (pouco útil) até 5 (muito útil)



Fonte: elaboração própria, 2024.

Finalmente, no gráfico 16, questionou-se sobre o atendimento do Agente Local de Inovação e sua contribuição nos processos de Transformação Digital. Das 17 empresárias, 16 indicaram o atendimento como muito útil/relevante. A seguir, apresenta-se as justificativas para essa resposta, fornecidas de forma opcional.

**Quadro 2** – Justificativas para resposta sobre a “relevância/utilidade do atendimento da agente na transformação digital para o trabalho da empresária”

1. A agente foi muito útil com seu atendimento e dedicação
2. Ajuda no crescimento
3. Me trouxe opções para o que eu já buscava. Isso facilitou muito.
4. Encontramos o ponto que precisamos melhorar na empresa
5. Com a demanda de final de ano, não conseguimos nos aprofundar muito.
6. Sempre tive a atenção que precisei para implementar a ferramenta digital escolhida, o processo de ativação e reembolso foi rápido e eficiente, e todos os contatos foram feitos de forma ágil preservando o tempo corrido de quem empreende, de forma objetiva e eficaz! Sou grata por participar do programa e ter acesso a essa oportunidade, gostaria de conhecer mais ferramentas deste tipo do Sebrae pois sempre tenho muito a aprender e implementar, acho ótimo o atendimento que recebo!
7. Com a transformação conseguimos otimizar alguns processos internos.
8. Ampliei as possibilidades da marca através dos recursos digitais que a ALI me apresentou.
9. Ótimo atendimento
10. Buscou várias alternativas para meu problema
11. Me forneceu o apoio necessário para a formação e sempre esteve a disposição preocupada em ajudar e contribuir com o construção do site
12. FOI FANTÁSTICO, POIS FEZ DE TUDO PARA QUE EU NÃO PERDESSE ESSA OPORTUNIDADE.
13. Ótima orientadora [agente], interessada e atenciosa.
14. Orientações atualizadas
15. Suporte técnico ajudou a encontrar uma solução importante para o negócio

Fonte: elaboração própria, 2024.

De forma geral, as respostas indicam que a agente local de inovação contribui/contribuiu com as empresárias como uma facilitadora dos processos de inovação e Transformação Digital, atuando sobretudo no que se refere à atualização, suporte, alternativas e conhecimento técnico.

## 5 CONCLUSÃO

Este estudo abordou a posição das empreendedoras diante dos desafios da Transformação Digital no âmbito do programa ALI (SEBRAE). Utilizando o Check-Up Digital, um questionário que avalia a maturidade digital em seis dimensões, a pesquisa analisou dados agregados, revelando que a maioria das empresas está classificada nos níveis "Inicial" ou "Novato" em termos de maturidade digital. Procurando aprofundar a discussão, buscou-se dados complementares: na etapa 1 do programa, 32,1% das 34 respondentes escolheram E-commerce, 21,4% optaram por Marketing Digital, e 21,4% preferiram ERP para a Transformação Digital.

Além disso, entre as 17 participantes que responderam ao questionário complementar, destaca-se que a maioria das empresárias, situadas na faixa etária de 30 a 39 anos, está à frente de empresas com mais de 5 anos de existência, que contam com equipes variando de 5 a 10 pessoas, sendo relevante que muitas delas desempenham o papel de mães.

As limitações incluem uma amostra restrita de empresárias gaúchas, sugerindo expansão para todas as regiões do estado que o programa do SEBRAE está presente. A falta de dados no Check-Up Digital final é uma restrição, uma vez que nem todas as empresárias completam esse questionário ao término do programa. Futuras pesquisas poderiam explorar desafios regionais com acesso a bancos de dados mais amplos, como os da ABDI.

Por fim, este estudo buscou oferecer uma análise mais aprofundada sobre como as empresárias da região metropolitana de Porto Alegre e litoral norte gaúcho enfrentam os desafios do processo de inovação, especialmente através da Transformação Digital. Em linhas gerais, os obstáculos neste percurso são variados e agravados também por fatores externos às práticas empresariais. Portanto, a relevância do suporte fornecido pelo SEBRAE destaca-se como fundamental para auxiliar as empresárias diante das adversidades inerentes ao processo de inovação.

## REFERÊNCIAS

ABDI. **Check-up Digital**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://checkupdigital.abdi.com.br/#>. Acesso em: 26 nov. 2023.

ALAM, Khorshed *et al.* Digital Transformation among SMEs: Does Gender Matter?. **Sustainability**, [s. l.], v. 14, n. 1, p. 535, 2022.

BATTISTONI, Elisa *et al.* Adoption paths of digital transformation in manufacturing SME. **International Journal of Production Economics**, [s. l.], v. 255, p. 108675, 2023.

DATASEBRAE. **Recorte de Gênero: Mulheres recebem menos apoio para gestão de pequenas empresas**. Outubro, 2023. Infográfico. Em parceria com a Meta - Pesquisa de Opinião. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/Infografico-Empreed-Femin-ESPECIAL-2023.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2023.

MDIC. **Sobre [Brasil Mais Produtivo]**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://brasilmaisprodutivo.mdic.gov.br/#sobre>. Acesso em: 26 nov. 2023.

OCDE. **Manual de Oslo: Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação**. 4. ed. Paris: OECD Publishing, 2018. Disponível em: [http://www.finep.gov.br/images/afinep/biblioteca/manual\\_de\\_oslo.pdf](http://www.finep.gov.br/images/afinep/biblioteca/manual_de_oslo.pdf). Acesso em: 30 nov. 2023.

OMRANI, Nessrine *et al.* Drivers of Digital Transformation in SMEs. **IEEE Transactions on Engineering Management**, [s. l.], p. 1–14, 2022.

RAMELLA, Francesco. **Sociologia da inovação econômica**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020.

SEBRAE. **Agente local de inovação** [S. l.], 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/agentelocaldeinovacao>. Acesso em: 26 nov. 2023b.

SEBRAE. **ALI Transformação Digital: Metodologia de Atuação para Bolsistas**. Guia Unificado. [S. l.], 2022.

SEBRAE. **Quem somos**. [S. l.], 2023. Disponível em: [https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/conheca\\_quemosomos](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemosomos). Acesso em: 26 nov. 2023a.

SUSANTI, Evi; MULYANTI, Rita Yuni; WATI, Lela Nurlaela. Systematic Literature Review: Increasing Performance of Women MSMEs Through Competitive Advantage Based on Digital Transformation and Innovation. In: SAHA, Sanchita *et al.* (org.). **Proceedings of the International Conference on Global Innovation and Trends in Economics and Business (ICOBIS 2022)**. Dordrecht: Atlantis Press International BV, 2023. (Advances in Economics, Business and Management Research). v. 230, p. 25–61. Disponível em: [https://www.atlantispress.com/doi/10.2991/978-94-6463-068-8\\_4](https://www.atlantispress.com/doi/10.2991/978-94-6463-068-8_4). Acesso em: 25 nov. 2023.

TA, Viet Anh; LIN, Chieh-Yu. Exploring the Determinants of Digital Transformation Adoption for SMEs in an Emerging Economy. **Sustainability**, [s. l.], v. 15, n. 9, p. 7093, 2023.