



100% ON-LINE

A Contabilidade e as Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress


7 a 9 de setembro



CERTIFICADO

Certificamos que **GISELLY MACHADO** participou como **Apresentador(a)** de artigos publicados no 10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças & 3º UFSC International Accounting Congress e 10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade realizado na cidade de Florianópolis – SC, Brasil, de 07/09/2020 a 09/09/2020.

Sendo o(s) seguinte(s) Título(s) e Coautor(es):

- Startups Catarinenses Lideradas por Mulheres: Um Estudo Preliminar

Coautores: Giselly Machado, Denize Demarche Minatti Ferreira, Sarah Amaral Fabrício

Prof. Dra. Ilse Maria Beuren
Coordenadora Científica do 10º Congresso UFSC Controladoria e Finanças & 3º UFSC International Accounting Congress e 10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade

Prof. Dr. Alcindo Cipriano Argolo Mendes
Presidente do 10º Congresso UFSC Controladoria e Finanças & 3º UFSC International Accounting Congress e 10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade

Prof. Dr. Sérgio Murilo Petri
Coordenador 10º Congresso UFSC Controladoria e Finanças & 3º UFSC International Accounting Congress e 10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade



7 a 9 de setembro

ORGANIZAÇÃO



APOIO





100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



***Startups* Catarinenses Lideradas por Mulheres: Um Estudo Preliminar**

Giselly Machado

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

E-mail: gisellymac@gmail.com

Denize Demarche Minatti Ferreira

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

E-mail: denize.minatti@ufsc.br

Sarah Amaral Fabrício

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

E-mail: sarahamaralfabricio@gmail.com

Resumo

A presença feminina no mercado de trabalho é uma realidade cada vez maior e o passar dos anos trouxe alterações nos modelos de negócios quando se investiu mais em tecnologia e inovação. Deste modo, surgem também as *Startups*, empresas em fase embrionária com possibilidades altas de crescimento com o uso mínimo de recursos, sendo negócios escaláveis e uma forma inovadora de empreendimento. Nesse novo cenário de negócios, pretende-se com a pesquisa analisar as *Startups* catarinenses com CEOs (*Chief Executive Officer*) mulheres e mapear as informações destas empresas. A pesquisa é classificada como qualitativa e serão investigados a quantidade de CEOs mulheres em empresas de tecnologia catarinenses, os setores de atuação, número de empregados, forma de receita, a quem essas empresas se destinam e locais de Santa Catarina onde as mulheres mais empreendem. Dentre os principais resultados encontrados, das 618 empresas levantadas em 403 delas havia presença de CEOs, o que representa 86,48% sem considerar as que estão fora de operação e duplicadas. Deste universo foram encontradas apenas 43 empresas (10,67%) lideradas por mulheres no estado de Santa Catarina. Estes resultados demonstram que as mulheres estão se inserindo, ainda que em pequeno número, na estrutura organizacional e gerencial de empresas de tecnologia e inovação.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Mulheres; *Startups*; Santa Catarina.

Linha Temática: Responsabilidade Social e Ambiental

1 Introdução

A diversidade de gênero está sendo cada vez mais investigada nos estudos das áreas da contabilidade, especialmente no que tange as relações à tomada de decisão de investidores e



ORGANIZAÇÃO



APOIO





100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



administradores. No entanto, apesar das iniciativas que impulsionem o aumento da representação das mulheres em posições de maior responsabilidade, seu progresso continua gradual e lento.

A presença feminina no mercado de trabalho é uma realidade cada vez maior e durante um longo período de tempo, a mulher desempenhou a função de cuidar da casa e dos filhos, circunstância que começou a mudar devido à escassez mão de obra masculina durante as 1ª e 2ª Guerras Mundiais, substituindo o efetivo masculino para que a produção transcorresse normalmente nas fábricas (Boniatti et al., 2014).

Fonseca (2015) afirma que as mulheres vêm enfrentando lutas e quebrando padrões ao garantir lugar no mercado, embora as discriminações permaneçam, tornando o processo de inserção no mercado um enfrentamento de preconceitos, diferenciações e desafios.

O desenvolvimento econômico não pode ser alcançado sem a participação ativa das mulheres em todos os aspectos da vida e há consenso entre os acadêmicos de que as mulheres podem desempenhar um papel fundamental na esfera empresarial (Sarfaraz, Faghih, & Majd, 2014). Corroborando Baggio e Baggio (2015), em que o empreendedor é essencial ao processo de desenvolvimento econômico, e em seus modelos devem ser levados em conta os valores da sociedade, em que são fundamentais os comportamentos individuais dos seus integrantes, ou seja, não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes.

Para Teixeira e Bonfim (2016), mesmo que as estatísticas relacionadas ao empreendedorismo feminino pareçam encorajadoras, não é fácil o enfrentamento dos desafios pelas empreendedoras na gestão de seus negócios. Ainda segundo os autores é fundamental identificar os maiores entraves enfrentados pelas empreendedoras no planejamento e gestão de seus negócios e verificar como utilizam suas redes de relacionamento para superar esses desafios.

Com o passar dos anos, o mercado de trabalho foi sofrendo alterações, assim como os modelos de negócios. Então, muitas pessoas passaram a investir em tecnologia e inovação, e assim, surgindo as *Startups* que são empresas em fase embrionária com possibilidades altas de crescimento com o uso mínimo de recursos, sendo negócios e escaláveis e uma forma inovadora de empreendimento (Silveira, Passos, & Martins, 2017).

Apesar da mudança no mundo empresarial, observa-se no que tange às mulheres em cargos de CEO, a imprensa financeira ainda descreve uma escassez de liderança feminina no mundo dos negócios. Em 2006, o *New York Times* informou que apenas nove dos CEOs das empresas da Fortune 500 eram mulheres, correspondendo a menos de 2% do total (Bartz & Creswell, 2006).

Segundo Elam et al., (2019), as maiores diferenças de gênero estão em agricultura, mineração, e tecnologia, onde a presença de CEOs homens são mais do que o dobro de mulheres. Vale salientar que em 30% dos países, há mais homens do que mulheres liderando negócios inovadores. No último *Women's Entrepreneurship Report* é revelado que a maior lacuna está no Brasil, onde as mulheres são três vezes menos propensas que os homens enxergarem o empreendedorismo como uma boa opção de carreira.

Em Santa Catarina ainda há considerável desigualdade de gênero no empreendedorismo tecnológico, mesmo sendo a capital Florianópolis, considerada o Vale do Silício brasileiro e, uma forte ascensão da área de TI (tecnologia da Informação). Segundo a Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (ACATE) em parceria com a *Neoway*, apenas 27,2% dos empreendedores nesse meio são mulheres e a região com maior percentual de mulheres empreendedoras em tecnologia é o Norte catarinense, com 30,3%. (Sebrae, 2019).

No cenário de novos negócios, muitos empreendimentos nascentes têm características de



ORGANIZAÇÃO



APOIO



inovação em seus produtos e serviços. Tendo em vista o papel da mulher como empreendedora e sua inserção do contexto social em que atua, esse trabalho objetiva analisar as *Startups* catarinenses com CEOs (*Chief Executive Officer*) mulheres e mapear as informações destas empresas. Serão investigados setor de atuação, número de empregados, forma de receita, a quem essas empresas se destinam e locais de Santa Catarina onde mulheres mais empreendem.

Essa pesquisa é relevante por conta do número crescente de mulheres a frente de negócios individuais no Brasil, e a importância do empreendedorismo feminino para a economia, gerando emprego, renda, fortalecendo o poder de compra, reduzindo custos, dentre outros fatores. Uma justificativa válida, é considerar-se a desigualdade de gênero um desperdício: “Deixar as mulheres para trás significa não somente desprezar as importantes contribuições que elas trazem para a economia, mas também desperdiçar anos de investimento em educação de meninas e jovens mulheres” (OECD, 2012, p. 2). Além disso, reconhece-se e o fortalecimento do gênero feminino no cenário empreendedor brasileiro, representando um avanço na luta desse grupo na conquista de papéis importantes para sociedade. A escolha por verificar o empreendedorismo em *Startups* catarinenses se dá pelo crescente aumento de empresas nas áreas de tecnologia e inovação no estado.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação que consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação um projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos e, assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas (Baggio & Baggio, 2014).

A desigualdade entre os gêneros no mercado de trabalho e na diferença salarial tem se tornado cada vez mais um assunto debatido, tanto na sociedade quanto na academia. A desigualdade no acesso, na remuneração, discriminação nos cargos públicos e privados são barreiras que ainda permanecem latentes na busca pela igualdade de gênero. Além disso, afóra benefícios econômicos, o engajamento de um número maior de mulheres no mundo do trabalho traria impacto positivo também no seu bem-estar (Feliciano, 2018).

Abouzahr, Taplett, Krentz e Harthorne (2018) afirmam que a disparidade salarial entre os sexos está bem nítida e que as mulheres recebem cerca de 80 centavos pelo dólar que o homem ganha. Para os autores, quando uma mulher lança suas ideias para investidores, recebe significativamente menos, no entanto, as empresas fundadas por mulheres geram uma receita maior (mais do que o dobro por dólar investido) do que os empreendimentos fundados por homens, mostrando que as empresas pertencentes a mulheres apresentam melhores investimentos.

A sociedade contemporânea é mais aberta à figura da mulher empreendedora, se comparada às configurações sociais anteriores, embora em determinadas situações a posição de referência feminina nos negócios ainda represente um paradigma a ser superado. Independentemente de visão ideológica e política, o fato de, em 2010, a população brasileira haver eleito uma mulher como Presidente da República representa bem a aceitabilidade da mulher, não somente no mercado de trabalho, mas também na posição de empreendedora e gestora de grandes negócios (da Silva Carreira et al., 2015).



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



Akhila Pai (2018) define mulher empreendedora como a mulher que inicia, organiza e administra uma empresa para obter independência auto econômica, individualmente ou em colaboração, acompanhando seu ritmo pessoal e vida social.

A ampliação dos negócios geridos por mulheres mostrou que a diversidade de gênero na diretoria auxilia na melhoria da qualidade das discussões e aumenta a capacidade da diretoria de fornecer melhor supervisão das divulgações das informações financeiras e dos relatórios contábeis das empresas (Gul, Srinidhi, & Ng, 2011).

Segundo Angela (2019) foram mapeados 70 estudos publicados em revistas acadêmicas entre 2008 e 2017, produzidos em diversos países, exceto no Brasil (por falta de publicações na área), que observaram a relação entre o desempenho das empresas e a presença de mulheres nos cargos de governança corporativa das empresas. Em primeiro lugar, ter mais mulheres em posições de liderança leva a resultados melhores nas áreas de governança corporativa e de responsabilidade social e ambiental, com uma conexão mais forte quando a presença feminina passa dos 30% em Conselhos de Administração. Além disso, essas companhias apresentam desempenho melhor em métricas como controles internos, redução de riscos de fraude e engajamento dos *stakeholders*.

Borghetti et al. (2018) afirmam que o empreendedorismo feminino teve grande impulso nos Estados Unidos da América na década de 1980. Para os autores, antes desta época, o acesso à educação na área de gestão e o capital de investidores eram limitados. Assim, esta primeira geração de empreendedoras era caracterizada por mulheres com formação mais liberal proveniente da área das artes, mas sem entendimento das áreas de finanças, marketing e operações e, com pouca experiência em negócios e capital restrito, a maioria dos empreendimentos foram de pequeno porte e de baixo retorno financeiro (Borghetti, Scherer, & Jaeschke, 2018).

Para Teixeira e Bomfim (2016), as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço em diversas áreas profissionais e essa evolução também ocorre no campo do empreendedorismo, no entanto, é reconhecido que as empreendedoras tem dificuldades ao conciliar empresas e família, por exemplo.

Factualmente, o lugar de líder sempre foi ocupado por homens, por sua vez, a mulher por muitos anos era vista como o sexo frágil, ocupava importante papel, porém apenas entre os familiares, nos serviços domésticos e na reprodução da prole. Era mais próxima de um objeto e não possuía direitos (Fernandes, Souza, Santana, & Santos, 2015).

Atualmente, o cenário mudou, há mulheres em cargos de maior poder e prestígio, nos mais diversos setores profissionais, e em muitos destes quase que equiparando-se aos homens em questão de quantidade, investindo cada vez mais em uma boa formação (Teykal & Rocha-Coutinho, 2007).

2.1 Mulheres na Tecnologia

Uma pesquisa divulgada recentemente pelo Instituto Ethos, com apoio da Organização das Nações Unidas (ONU) – Mulheres, revela que elas levam vantagem em relação aos homens apenas nos cargos de baixo escalão, como aprendizes e estagiários, com participação de 55,9% e 58,9%, respectivamente. No entanto, perdem espaço já a partir da fase *trainee*, com 42,6%. Nos níveis superiores seguintes, estão ainda menos presentes, com porcentagens de 35,5% no quadro funcional, 38,8% na supervisão, 31,3% na gerência e 13,6% no quadro executivo (além dos já citados 11% no conselho de administração). O pior é que essa situação praticamente não mudou



ORGANIZAÇÃO



APOIO





100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



em relação à última pesquisa, feita em 2010: 13,7% na época e atualmente, 13,6% (Exame, 2018).

As mulheres já são maioria em muitos cursos superiores e, segundo Sousa e Melo (2009), quanto a ocupação das mulheres na área de informática, a tecnologia da informação (TI) é o setor de atividades em que a participação das mulheres têm avançado com um pouco mais de liberdade. Apesar de as mulheres já serem maioria em muitos dos cursos superiores, o percentual de mulheres na área de Ciências Sociais, Negócios e Direito é de 23% contra 17% de homens, enquanto em Engenharia, Produção e Construção o percentual de mulheres é de 5% contra 13% de homens. A mesma tendência se observa na área de Ciências, Matemática e Computação onde a relação é de 2,5% de mulheres e 5,3% de homens (Brito & Pavani, 2015).

Atualmente, os desafios do dia-a-dia não afastam as mulheres de alcançarem seus objetivos, pois o cenário parece ficar mais seguro e liberal. Assim, políticas econômicas mais favoráveis, juntamente com o advento das mais recentes tecnologias de comunicação estão abrindo uma nova plataforma para mulheres aspirantes a líderes no mercado digital, cercadas por inúmeras oportunidades de empreendedorismo na “era da revolução das *Startups* digitais” oferecendo concorrência a seus colegas do sexo masculino (Akhila Pai, 2018).

Para o mesmo autor, o alto alcance da Internet e uso de mídias sociais também estão desempenhando papel fundamental para impulsionar e ampliar negócios digitais e conceber às mulheres maior independência financeira e lucratividade nos empreendimentos. A “ecosfera digital” trouxe oportunidades para as mulheres empreendedoras mostrarem seu espírito, intelecto, talento e criatividade e transformar suas ideias em realidades. Logo, a dita “revolução da mídia digital” permite que mulheres empresárias conduzam seus negócios inteiramente pela Internet, fornecendo flexibilidade em relação à programação, introduzindo locais de trabalho virtuais e estilo de vida digital.

O estímulo a *Startups* inovadoras oferece uma oportunidade sem precedentes para o empreendedorismo feminino e no que diz respeito ao desempenho financeiro, as *Startups* inovadoras lideradas por mulheres não ficam atrás das masculinas em termos de dimensão, lucratividade da empresa, eficiência e gerenciamento financeiro (Demartini, 2018).

Em Santa Catarina apesar dos homens serem maioria na área tecnológica, as mulheres também estão conquistando seu espaço e incentivando outras a seguirem seus passos. Com a falta de incentivos no mercado tecnológico, 41% das mulheres que trabalham neste setor optam por deixar de atuar no segmento (ND Mais, 2018). O empreendedorismo brasileiro nas *Startups* ainda se concentra no sexo masculino. Vagarosamente e ainda enfrentando muitos desafios, a presença de CEOs mulheres em negócios escaláveis, inovadores e tecnológicos está se tornando mais visível, no entanto, são apenas 15,7% do total de fundadores (Fonseca, 2020).

3 Metodologia

Considerando as características do objeto de estudo, adotou-se nessa pesquisa uma abordagem qualitativa a partir das trajetórias de vida de mulheres empreendedoras. As técnicas estatísticas (descritivas) também serão utilizadas com o intuito de caracterizar o universo pesquisado.

A pesquisa terá como base os dados secundários referentes às 617 *Startups* catarinenses cadastradas no *Startupbase* (Base de dados oficial do ecossistema brasileiro de *startups* que fornece em tempo real, informações de mais de 12 mil *Startups* cadastradas) referentes ao ano de 2020.



ORGANIZAÇÃO



APOIO





100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



As cidades e os segmentos pelos quais as *Startups* estão distribuídas estão dispostas na Tabela 1.

Tabela 1 – Cidades e segmentos das *Startups* catarinenses

Cidades	Número	Segmento	Número
Florianópolis	257	Educação	28
Joinville	81	Agronegócio	26
Blumenau	57	Vendas e <i>Marketing</i>	26
Criciúma	23	Finanças	24
Chapecó	21	TIC e Telecom	24
Itajaí	20	Saúde e Bem-estar	23
Balneário Camboriú	17	Internet	21
Palhoça	17	Varejo / Atacado	20
Jaraguá do Sul	12	Comunicação e Mídia	19
São José	12	Moda e Beleza	6
Lages	10	Outros	242
Outras	91	Não Informado	159
Total	618	Total	618

Fonte: *Startupbase* (2020).

O *Startupbase* dispõe da lista com as *Startups* brasileiras, classificando-as por cidades ou estados e os *websites* das empresas, CEOs (se cadastrados), fase em que as empresas estão, público-alvo, modelo de receita e segmento (Tabela 2).

Tabela 2 – Informações sobre as *Startups* catarinenses

Público-alvo	Número	Modelo de Receita	Número	Fase	Número
B2B	219	SaaS	190	Tração	153
B2B2C	66	Outros	66	Fora de Operação	141
B2C	47	<i>Marketplace</i>	52	Operação	88
B2G	5	<i>E-commerce</i>	21	<i>Scaleup</i>	50
P2P	4	<i>Hardware</i>	13	Ideação	43
B2S	3	<i>Consumer</i>	11	Não Informado	143
Não Informado	274	Licenciamento	9	Total	618
Total	618	Não Informado	256		
		Total	618		

Nota: B2B - *Business to Business*, B2B2C - *Business to Business to Costumer*, B2C - *Business to Costumer*, B2G - *Business to Government*, P2P - *Peer to Peer*, B2S - *Business to Startups*, Saas - *Software como Serviço*, API - Interface de programação de aplicações.

Fonte: *Startupbase* (2020).

Quanto ao público-alvo das *Startups* são os perfis dos consumidores – (i) o próprio cliente final – o *Business to Costumer* (B2C), (ii) o governo – os *Business to Government* (B2G), (iii) os funcionários – os *Business to Employee* (B2E) e, (iv) outra empresa – os *Business to Business* (B2B).

Há também as modalidades nas quais as *Startups* vendem para outras empresas para então vender para o cliente final, que são conhecidas como *Business to Business to Costumer* (B2B2C). As *Business to Startups* (B2S) são *Startups* que desenvolvem produtos para outras *Startups* e as *Peer-to-Peer* (P2P) constituídas por um formato de rede de computadores em que a principal

característica é descentralização das funções convencionais de rede, onde o computador de cada usuário conectado acaba por realizar funções de servidor e de cliente ao mesmo tempo.

As fases das *Startups* são conhecidas como: (I) ideação, (II) operação, (III) tração e, (IV) *scaleup*. A primeira fase é chamada de ideação, também conhecida como concepção, que diz respeito à descoberta de alguma solução inovadora e diferenciada (Kalil, 2018).

Em seguida tem-se a operação, que se estuda a viabilidade técnica e econômica, sendo necessário validar quais são os clientes potenciais que atendam ao modelo de negócio definido pela *Startup* e iniciar a busca pelos primeiros investimentos. A prova que o produto ou serviço oferecido pela *Startup* será absorvido pelos clientes, trará interesse e apresentará demanda é dada por meio do lançamento para o mercado; este período é chamado de nascimento e validação, ou para alguns autores chamado de tração (Carrilo, 2019).

Por fim está a fase de *scaleup*, quanto a empresa já passou pelo “Vale da Morte” e sobreviveu, tendo um crescimento de pelo menos 20% em três anos consecutivos, seja em receita ou em número de colaboradores (Codogno, 2017).

Na etapa seguinte da metodologia será realizado o levantamento quanto ao número de mulheres que empreendem em tecnologia, setores que vêm atuando, e experiências ocorridas. Para tanto, os dados dos CEOs das empresas, como: idade, gênero, motivações e dificuldades de abertura e continuação de empresas de tecnologia serão investigadas. Caso não estejam disponibilizados os dados necessários para a classificação, optar-se-á por utilizar os *websites* das referidas empresas, os perfis de redes sociais como o *LinkedIn* e o *Facebook*.

A pesquisa contará com uma etapa subsequente de mapeamento quanto ao segmento das empresas estudadas, geolocalização, número de funcionários e tempo de existência da empresa.

4 Resultados

Foram analisadas as 618 *Startups* catarinenses encontradas no *Startupbase* e eliminados dos resultados, as 141 empresas que estavam na fase “Fora de Operação”, além disso, das outras 477 *Startups*, 11 foram consideradas duplicadas, pois, apesar de possuírem nomes diferentes, constatou-se pelos *websites* e redes sociais da *Startup*, que se tratava de uma designação antiga da empresa.

Na avaliação das demais *Startups*, foram localizados 403 CEOs, o que representa 86,48% do total da amostra, sem considerar as que estão fora de operação e duplicadas. Dentre as 403 empresas em que os CEOs foram encontrados, apenas 43 empresas (aproximadamente 10,67%) são lideradas por mulheres no estado de Santa Catarina. Os resultados demonstram que as *Startups* catarinenses possuem uma aproximação em relação aos 13,6% de executivas da pesquisa do Instituto Ethos, confirmando mais uma vez a disparidade entre homens e mulheres que comandam empresas de tecnologia.

Nas cidades onde as CEOs mulheres estão atuando, mais da metade das *Startups* se localizam em Florianópolis (25), com destaque para os municípios de Joinville (5), Chapecó (4) e Blumenau (3) (Tabela 3). Tal constatação era esperada, pois os polos com maior concentração de *startups* em Santa Catarina estão em Florianópolis, Blumenau e Joinville, locais esses considerados como uma referência em tecnologia, estando entre as dez regiões do Brasil com maior faturamento médio no setor (Agencia Sebrae de Notícias, 2018).

Os principais setores de atuação de empresas administradas por mulheres em Santa



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



Catarina foram investigados e constatou-se que Educação (6), Agronegócio (4), Recursos Humanos (4), Varejo/Atacado (4) e Vendas e *Marketing* (4) são os segmentos escolhidos para a inovação. Corroborando com os resultados de Ferreira (2012), em que as mulheres tendem a empreender em setores considerados como “femininos”; a educação, os Recursos Humanos, os de varejo e atacado.

Tabela 3 – Cidades e segmentos das *Startups* catarinenses lideradas por mulheres

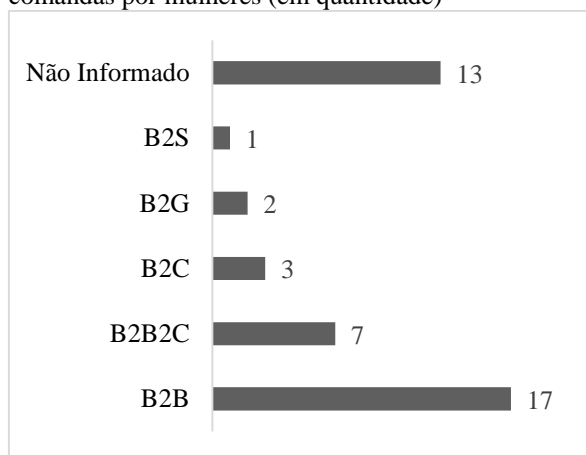
Cidades	Número	Segmento	Número
Balneário Camboriú	1	Agronegócio	4
Blumenau	3	Casa e Família	2
Chapecó	4	Educação	6
Criciúma	1	Nanotecnologia	1
Florianópolis	25	Recursos Humanos	4
Itajaí	1	Saúde e Bem-estar	2
Itapema	1	Varejo/Atacado	4
Joinville	5	Vendas e <i>Marketing</i>	4
Lages	1	Outros	12
Rio do Sul	1	Não informado	4
Total	43	Total	43

Fonte: Autores (2020)

Quanto ao público-alvo, 39,53% (17) das *Startups* lideradas por mulheres possuem negócios direcionados ao B2B, ou seja, a fim de solucionar problemas de outras empresas (Figura 1). Destaca-se que segundo Bigarelli, (2016), dentro do cenário econômico do Brasil, as *Startups* B2B são as que têm maior facilidade e rapidez na hora de gerar caixa e obter receita, sendo maiores em números de negócios e preferência pelos empreendedores.

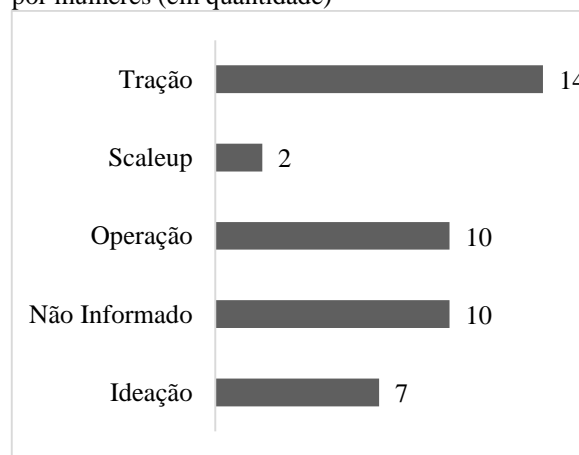
A pesquisa apontou que as *Startups* lideradas por CEOs mulheres, 7 estão na fase de Ideação (I), 10 na fase de Operação (II), 14 na fase de Tração (III) e 2 na fase *Scaleup* (IV), as 10 empresas restantes não informaram seu estágio atual na base de dados (Figura 2).

Figura 1 – Público-alvo das *Startups* catarinenses comandadas por mulheres (em quantidade)



Fonte: Autores (2020)

Figura 2 – Fase das *Startups* catarinenses comandadas por mulheres (em quantidade)



Fonte: Autores (2020)

Observa-se também que as empresas estão em sua maioria nas fases de operação e tração,



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



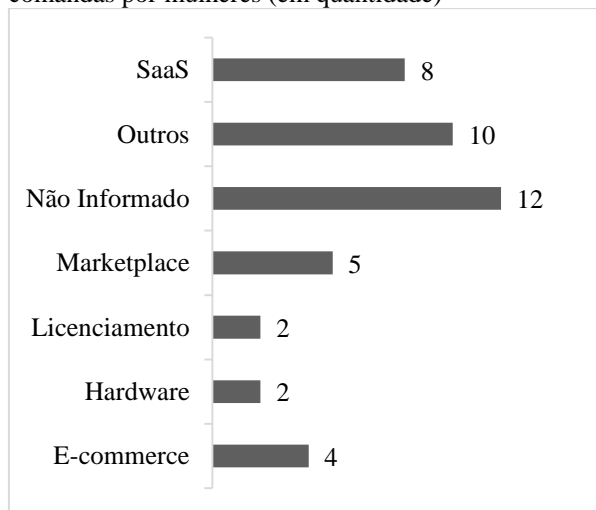
o que significa que as empresas não estão tanto no início de suas trajetórias. Nessas fases, as empresas já estão com ideias bem definidas e gerando receitas, buscando clientes e ampliando a carteira de clientes. Essa é a hora de se preparar para que a startup seja apresentada a investidores.

No caso da tração, as empresas já estão em ritmo de crescimento acelerado, para chegarem ao estágio mais sólido; o *Scaleup*. Para atingir esse estágio a *Startup* precisa apresentar um crescimento de 20% em receita ou número de colaboradores durante três anos consecutivos e estar com, no mínimo, 10 funcionários quando entrar neste período, além disso, o negócio precisa ter um modelo sustentável, processos de implementação claros e resultados rápidos, que é o caso detectado em 2 das empresas pesquisadas.

Wruck (2019) detectou em sua pesquisa que em torno de 46% das empresas analisadas estão em operação e outras 32% estão na fase de tração, conseguindo reinvestir suas receitas e se preparando para crescer em curto espaço de tempo. Somente 12% das *Startups* participantes estavam em fase de ideação, quando as empreendedoras estão validando suas ideias, entendendo o problema que desejam solucionar, é nesta fase também que as empreendedoras começam a desenvolver o protótipo do produto que ofertarão ao mercado. No referido estudo apenas 10% estão na fase de *Scaleup*.

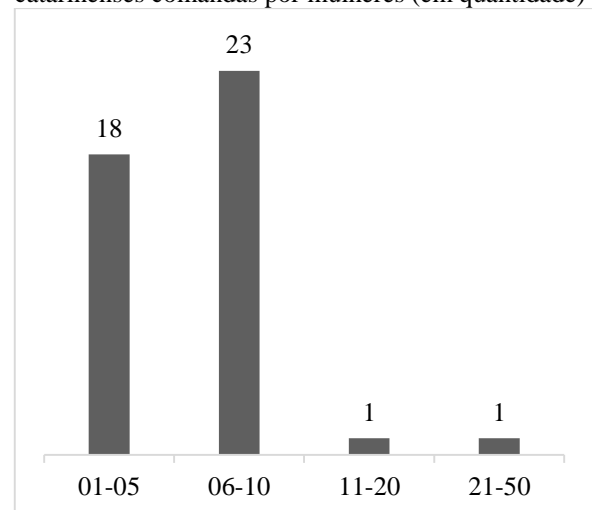
O modelo de receita aplicado (Figura 3) por essas empresas e o número de empregados (Tabela 4) foi investigado. Os resultados demonstram que o modelo de receita mais utilizado por elas é o *SaaS* (8), seguido por *Marketplace* (5), *E-commerce* (4), *Licenciamento* (2), *Hardware* (2), sendo que as outras 51,16% das empresas com lideranças femininas classificaram como outros ou não foi informado. Segundo Swaay (2018), o modelo de *SaaS* vem sendo muito utilizado por ter diferentes categorias, como: contabilidade, gestão de relacionamento com o cliente, suporte ao cliente, planejamento de recursos, finanças, *marketing* e vendas, análise de produto, gestão de projetos, comunicação entre times, vídeo conferências e diversos outros.

Figura 3 – Modelo de receita das *Startups* catarinenses comandadas por mulheres (em quantidade)



Fonte: Autores (2020)

Figura 4 – Número de empregados das *Startups* catarinenses comandadas por mulheres (em quantidade)



Fonte: Autores (2020)

Além disso, as *Startups* catarinenses com CEOs mulheres em sua grande maioria lideram

de 1 a 10 funcionários, corroborando os resultados de Wruck (2019), em que 75% das empreendedoras de *Startups* não trabalham sozinhas, há pelo menos um(a) sócio(a) e 58 contam com funcionários colaborando com seus empreendimentos, em média 11,5 funcionários por *Startups*.

5 Conclusão

É necessário explorar a relação entre a realidade empreendedora feminina com a tecnologia e inovação, criando negócios escaláveis e gerando empregos, sendo de interesse da sociedade e da academia conhecer as nuances referentes às mulheres que decidem criar um negócio e o comportamento do mesmo com o passar do tempo, bem como lidam com os desafios enfrentados cotidianamente. Somente o incentivo aos estudos de gênero focados nos diversos aspectos da desigualdade sexual no mercado de trabalho, no empreendedorismo e na ciência vai conseguir superar estas problemáticas (Olinto, 2011).

Tendo em vista a importância do empreendedorismo feminino e do crescimento do desenvolvimento de empresas tecnológicas em Santa Catarina, espera-se um movimento igualitário no que tange ao gênero dos CEOs das *Startups* catarinenses. Diante dessa constatação, a pesquisa analisou as *Startups* catarinenses com CEOs (*Chief Executive Officer*) mulheres e mapear as informações destas empresas.

Dentre os principais resultados encontrados, das 618 empresas, em 403 delas havia CEOs, representando 86,48% sem considerar as que estão fora de operação e duplicadas. Foram encontradas apenas 43 empresas (10,67%) com liderança feminina no estado de Santa Catarina, o que ainda é um baixo número mulheres empreendendo no setor de tecnologia, visto que é um dos setores de maior crescimento no estado.

As empresas com CEOs mulheres atuam em sua maioria se localizam em Florianópolis, seguido dos Joinville, Chapecó e Blumenau, que são cidades de maior empreendedorismo em Santa Catarina. Além disso, um fator preponderante para a maioria das empresas se localizarem na capital do estado, é a presença da Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE) que oferece suporte para *Startups* da região, contando com grupos para mulheres, palestras e eventos da área de tecnologia para mulheres.

O pouco incentivo para o empreendedorismo feminino é uma das razões pelas quais essa pesquisa é importante uma vez que trazer debates do porquê persistem tantas diferenças entre o número de empreendedores homens e mulheres. Conforme Ferreira (2012), as mulheres buscam empreender em setores em que se sentem mais confiantes e seguras, o que pode justificar os motivos pelos quais a ascensão de mulheres CEOs em tecnologia e inovação ainda seja reduzida.

A pesquisa apresentou limitações quanto a disponibilidade de dados das mulheres como CEOs nas empresas, como idade, grau de escolaridade, e número de funcionários homens e mulheres. Tem-se como possibilidade de pesquisas futuras a ampliação desses dados, e verificar também os motivos que essas mulheres tiveram para empreender, preconceitos passados além alcançarem tais cargos e dificuldades advindas a partir do gênero.

REFERÊNCIAS



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



- Abouzahr, K., Taplett, F. B., Krentz, M., & Harthorne, J. (2018). Why Women-Owned Startups Are a Better Bet. *Boston Consulting Group*, (January), 1–10.
- Agencia Sebrae de Notícias. (2018, July 10). Pesquisa Inédita Mapeia as Startups de Santa Catarina. *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*. Retirado de: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2018/10/pesquisa-inedita-mapeia-startups-de-santa-catarina.html>
- Akhila Pai, H. (2018). Digital Startups and Women Entrepreneurship : a Study on Status of Women Entrepreneurs in India. *IJRAR- International Journal of Research and Analytical Reviews*, 5(4), 655–659.
- Angela, S. (2019). Mulheres no comando melhoram nível de governança. *Valor Econômico*, 7–9. Retirado de: <https://www.valor.com.br/carreira/6153255/mulheres-no-comando-melhoram-nivel-de-governanca>
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e Definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25–38. <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>
- Bartz, C., & Creswell, B. J. (2006). How Suit It Isn't: A Dearth of Female Bosses. *The New York Times*. Retirado de: https://www.nytimes.com/2006/12/17/business/yourmoney/17csuite.html?pagewanted=all&_r=0
- Bigarelli, B. (2016). 74% das startups brasileiras fecham após cinco anos, diz estudo. *Época Negócios*. Retirado de: <https://epocanegocios.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2016/07/74-das-startups-brasileiras-fecham-apos-cinco-anos-diz-estudo.html>
- Boniatti, A. O., & Et al. (2014). A evolução da mulher no mercado contábil. *Revista Gestão e Desenvolvimento Em Contexto*, 2(1), 19–27.
- Borghetti, R. D., Scherer, L., & Jaeschke, J. (2018). O LADO FEMININO DA ADMINISTRAÇÃO: ;EMPREENDEADORAS SIM! *Observatorio Economía Latinoamericana*.
- Brito, C., & Pavani, D. (2015). Meninas na Ciência: atraindo jovens Mulheres para Carreiras de Ciência e tecnologia. *Gênero*, 1, 33–50.
- Carrilo, A. F. (2019). Fases de uma startup: saiba tudo sobre cada etapa. Retrieved April 5, 2020, from ABStartups website: <https://abstartups.com.br/fases-de-uma-startup-saiba-tudo-sobre-cada-etapa/>
- Codogno, V. (2017). Desafio de scale-ups agora é crescer apesar da crise. 2017. Retrieved April 13, 2020, from Estadão website: <https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,desafio-de-scale-ups-agora-e-crescer-apesar-dacrise,70001867412>
- da Silva Carreira, S., Benciveni Franzoni, A., Judith Folle Esper, A., Chagas Pacheco, D., Bohm Gramkow, F., & Francisco Carreira, M. (2015). Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*, 06–13. <https://doi.org/10.22279/navus.2015.v5n2.p06-13.208>
- Demartini, P. (2018). Innovative Female-Led Startups. Do Women in Business Underperform? *Administrative Sciences*, 8(4), 70. <https://doi.org/10.3390/admsci8040070>
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2019). Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report.



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



- Exame. (2018). Mestres e Doutores aumentam suas rendas trabalhando de casa. *Exame*. Retirado de: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mestres-e-doutores-aumentam-suas-rendas-trabalhando-de-casa/>. Acessado em 18 de maio de 2020.
- Feliciano, R. (2018). Contábil, Os novos desafios das mulheres no mundo. *Revista Brasileira de Contabilidade*.
- Fernandes, J. C. L., Souza, M. M. de, Santana, R. dos S. de, & Santos, V. S. (2015). Inclusão Feminina na Hierarquia Organizacional: Uma Breve Análise da Mulher na Gestão Contemporânea. *Anais Do II Seminário Internacional de Integração Étnico-Racial e as Metas Do Milênio, 1, Nº2*, 162–181.
- Ferreira, J. B. (2012). *Empreendedorismo feminino em Santa Catarina: um estudo a partir do relato de mulheres participantes do prêmio Sebrae* (Vol. 1). Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.
- Fonseca, M. (2020, February 12). Dependendo do setor, de 11% a 25% dos negócios escaláveis, inovadores e tecnológicos têm fundadoras do sexo feminino 3 min de leitura. *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*. Retirado de: <https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2019/11/mulheres-estao-liderando-startups-mas-estes-desafios-continuam.html>. Acessado em 15 de junho de 2020.
- Fonseca, M. F. S. (2015). A inserção das mulheres no mercado de trabalho. *Revista Extraprensa, 9*(1), 90–101.
- Gul, F. A., Srinidhi, B., & Ng, A. C. (2011). Does board gender diversity improve the informativeness of stock prices? *Journal of Accounting and Economics, 51*(3), 314–338. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2011.01.005>
- Kalil, L. (2018). As fases de uma startup. Retirado de: <https://comunidadesebrae.com.br/startuppr/fases-de-uma-startup>. Acessado em 28 de maio de 2020.
- ND Mais. (2018). Mulheres buscam inclusão no setor de tecnologia em Florianópolis. Retirado de: <https://ndmais.com.br/noticias/mulheres-buscam-inclusao-no-setor-de-tecnologia-em-florianopolis/>. Acessado em 18 de abril de 2020.
- OECD. (2012). Gender equality in education, employment and entrepreneurship: final report do the MCM. *OECD, 2*.
- Olinto, G. (2011). A inclusão das mulheres nas carreiras de ciência e tecnologia no Brasil. *Inclusão Social, 5*(1).
- Sarfraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Current Applied Physics, 2*(6), 706–711. <https://doi.org/10.1016/j.cap.2005.04.024>
- Sebrae. (2019). A representatividade das mulheres na tecnologia. Retirado de: <https://blog.sebrae-sc.com.br/representatividade-das-mulheres-na-tecnologia/>. Acessado em 18 de abril de 2020.
- Silveira, T. S., Passos, D. F. O., & Martins, I. (2017). Empreendedorismo X Startup. *REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo Da Fatec Osasco, 3*(2), 304–322. <https://doi.org/10.21574/remipe.v3i2.1>
- Sousa, R. M. B. C. De, & Melo, M. C. D. O. L. (2009). Mulheres na gerência em tecnologia da informação. *REGE. Revista de Gestão, 16*(1), 1–16. Encontrado em: <http://search.proquest.com/docview/1020358931?accountid=142358>. Acesso em 10 de junho de 2020.



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress


7 a 9 de setembro



- Swaay, G. Van. (2018). Processo de investimento e tomada de decisão de Venture Capital na Indústria de SaaS: da Teoria à Prática GIOVANNA (Universidade de São Paulo; Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 10(1), 44. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855>
- Teykal, C. M., & Rocha-Coutinho, M. L. (2007). O homem atual e a inserção da mulher no mercado de trabalho. *Psico (Porto Alegre)*, 262–268.
- Wruck, J. A. G. G. (2019). O Relacionamento Das Mulheres Que Lideram Startups Com Seus Públicos De Interesse: Sondagem No Contexto Brasileiro. *XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas*, 5.


7 a 9 de setembro

ORGANIZAÇÃO



APOIO

