



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS ARARANGUÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E
COMUNICAÇÃO

MARIANE MARTINS CUNHA

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM EMPRESAS DE TECNOLOGIA

ARARANGUÁ
2022

MARIANE MARTINS CUNHA

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM EMPRESAS DE TECNOLOGIA

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Tecnologias da Informação e Comunicação.

Orientadora: Prof.a Andréa Cristina Trierweiller,
Dra.

ARARANGUÁ

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Cunha, Mariane Martins

Empreendedorismo feminino em empresas de tecnologia /
Mariane Martins Cunha ; orientadora, Andréa Cristina
Trierweiller, 2022.

125 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Campus Araranguá, Programa de Pós-Graduação em
Tecnologias da Informação e Comunicação, Araranguá, 2022.

Inclui referências.

1. Tecnologias da Informação e Comunicação. 2.
Empreendedorismo feminino. 3. Empresas de tecnologia. 4.
Startups. I. Trierweiller, Andréa Cristina. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós
Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação. III.
Título.

Mariane Martins Cunha

Empreendedorismo Feminino em Empresas de Tecnologia

O presente trabalho em nível de Mestrado foi avaliado e aprovado, em 26 de agosto de 2022, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. João Bosco da Mota Alves, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Paulo César Leite Esteves, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Rudimar Antunes da Rocha, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título Mestre em Tecnologias da Informação e Comunicação.

Insira neste espaço a
assinatura digital

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Insira neste espaço a
assinatura digital

Prof.a Andréa Cristina Trierweiller, Dra.
Orientadora

Araranguá, 2022.

*Dedico esse trabalho à minha mãe (in memoriam),
ao meu pai e ao meu irmão, razões da minha existência.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela oportunidade da vida e por ser meu ponto de equilíbrio.

À minha mãe (*in memoriam*), você foi e sempre será a pessoa mais importante da minha vida, minha eterna admiração.

Ao meu pai pelo apoio, dedicação e amor incondicionais.

Ao meu irmão, Alexandro Martins Torquato, fortaleza na minha vida. Sem você eu não sou. Palavras são insuficientes para agradecer.

À Profa. Dra. Andréa Cristina Trierweiler, pela honra de ter sido sua orientada. Agradeço por todo o ensinamento, paciência, contribuições. Você me inspira!

À minha sobrinha e afilhada, Livia de Oliveira Torquato, meu outro ponto de refúgio. Sou apaixonada por você! Aos meus sobrinhos Amanda, Noah e Sebastian e, aos meus afilhados, Enzo e Vitória.

À minha cunhada Carla Hoffman de Oliveira Torquato, por todo incentivo.

À minha irmã Juciane Cunha, aos meus tios Zenaide, Carlos, José, Márcia, Janete, Zenair, Aleir, Gorete, Maria, Nelson, Lucas, ao meu padrinho Édio e à minha avó Pedra Torquato Martins, amo vocês.

Um agradecimento especial ao Guilherme Spiazzi dos Santos, pelo carinho, parceria, compreensão e incentivo.

Aos meus amigos, especialmente à Marina de Oliveira, por me impulsionar a conquistar os meus sonhos! À Adriane Dornelles, por estar sempre ao meu lado e acreditar em mim. À Clarice Sazan e Morgana Sazan pelo carinho e pelas palavras de afeto, Alessandra Dal Pont por me mostrar o lado aventureiro da vida, à Thalia Frello pela sua generosidade, Taylla Sampaio por todo o apoio, à Zeli Eufrasio pelo carinho e pelas palavras de incentivo, Roberta Duarte Cardoso minha inspiração, Simone Lidio, Mara Martinello e Sani Serafim pelo apoio, Franciele de Castro, Djenifer Alves e Mariana Carniato por me mostrarem o lado leve da vida, Camila Nuernberg que mesmo distante se faz presente, Bruna Cardoso Cunha, Guilherme Rocha Martins, Mariele Rocha Martins e Franciele Martins da Luz, meus primos queridos, vocês tem um espaço muito importante no meu coração.

À Graziela Fátima Giacomazzo, minha grande inspiração! Estendendo ao professor Evânio Ramos Nicoleit. Vocês são muito importantes para mim.

Às professoras Paula Tramontim Pavei e Marta Hoffmann, que foram fundamentais para eu dar o primeiro passo no mestrado. Gratidão!

À Gilca Benedet, por apoiar a minha decisão ao entrar no mestrado.

À Marta Adriana da Silva Cristiano, que me impulsiona a continuar no universo da inovação e da tecnologia.

Aos demais colegas e amigos que construí na Unesc, em especial ao Professor Julio Cesar Zilli, o qual tenho tamanha admiração!

À Professora Almerinda Bianca Bez Batti, Professora Cibele Beirith, Professor Lucas Firmino, Professor Marco da Silva, Professora Bruna Vieira Nascimento, Professora Caroline Jacques, Professor Vanildo Rodrigues e Professor Hugo Schwalm, estendendo à minha equipe de Tutoria e aos meus amigos Eduardo Tramontin Castanha e Ana Karen Rosado Teixeira por passarmos por tantos momentos desafiadores e pela enriquecedora amizade que cultivamos.

Agradeço aos membros da Banca Avaliadora, por gentilmente aceitarem fazer parte desse trabalho e contribuírem com suas ricas considerações.

À Universidade Federal de Santa Catarina, por possibilitar um ensino de qualidade e gratuito. Estendendo meus agradecimentos à secretaria do PPGTIC e aos professores, dos quais tive a honra de receber seus ensinamentos.

Aos colegas de mestrado, principalmente ao Adão Paulo Ronconi, que muitas vezes, foi o meu amparo. Ao Felipe José Ferreira, Rafael Souza Meyer, Valdirene Motta Hahn Gonçalves e Yuri Borba Vefago.

Às mulheres, fundadoras de empresas de tecnologia, respondentes dessa pesquisa.

À ACATE e ao Cocretion Lab.

À minha fiel companheira Lolla, minha cachorrinha, que me dá tanto amor.

E por fim, agradeço à UNIEDU/FUMDES, que com o suporte financeiro, tornaram esse sonho possível.

“As mulheres são o maior reservatório inexplorado de talentos do mundo”

Hillary Clinton

RESUMO

O caminho para empreender envolve assumir riscos e desafios encontrados por homens e mulheres. Elas, por sua vez, percebem dificuldades ao empreender, principalmente em carreiras, em que há predominância masculina, como o setor de tecnologia. Esta dissertação teve como objetivo: analisar o empreendedorismo feminino, sob a ótica de fundadoras de *startups*, principais *drivers* e dificuldades. Como procedimentos metodológicos tem-se: a busca exploratória da literatura e, para fundamentação teórica e para construção do questionário e perguntas da entrevista. A amostra foi não probabilística, por conveniência, obtendo-se 19 (dezenove) respondentes, que são fundadoras e atuam em empresas de tecnologia. Dentre os resultados, 42% são empreendedoras em estágio inicial e empreendem por oportunidade, principalmente pela autonomia, a realização pessoal e propósito de vida. As principais dificuldades apontadas estão em conciliar trabalho e família, principalmente quando possuem filhos. O *networking* foi outro desafio apontado. Contudo, as empreendedoras que fazem ou fizeram parte de algum programa de mentoria, incubadora ou aceleradora, perceberam benefícios para expansão da sua rede de contatos e, seu desenvolvimento, por meio de treinamentos e capacitações oferecidas. De forma complementar, procedeu-se à entrevista semiestruturada com 3 (três) empreendedoras do segmento de tecnologia e, dentre os resultados, obteve-se relatos sobre o sofrimento de preconceito de gênero, principalmente quando empreendem muito jovens, visto que a sociedade ainda associa aos homens o mundo dos negócios, portanto, para provar sua capacidade têm que estudar muito o seu negócio, para alcançar destaque nesse meio, predominantemente masculino, de tecnologia. Como oportunidade para trabalhos futuros, sugere-se estudar com mais propriedade as limitações de crédito para as mulheres empreendedoras e explorar a associação entre gênero, idade e segmento de tecnologia.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Empresas de Tecnologia. *Startups*.

ABSTRACT

The path to entrepreneurship involves taking risks and challenges faced by men and women. Women, in turn, perceive difficulties when entrepreneur, especially in careers where there is a male predominance, such as the technology sector. This dissertation aimed to analyze female entrepreneurship, from the perspective of female founders of startups, their main drivers and difficulties. The methodological procedures were: an exploratory search of the literature, for theoretical foundation and for the construction of the questionnaire and interview questions. The sample was not probabilistic, by convenience, obtaining 19 respondents, who are founders and work in technology companies. Among the results, 42% are early-stage entrepreneurs and they entrepreneur because of opportunity, mainly for autonomy, personal fulfillment and life purpose. The main difficulties pointed out are in reconciling work and family, especially when they have children. Networking was another challenge. However, the female entrepreneurs who are or have been part of a mentoring program, incubator or accelerator, perceived benefits in expanding their network of contacts and their development through the training and qualification offered. In a complementary way, semi-structured interviews with 3 female entrepreneurs from the technology segment were conducted. Among the results: they reported suffering gender prejudice, especially when they are very young entrepreneurs, since society still associates the business world to men. Therefore, to prove their capacity, they have to study their business harder to achieve prominence in this predominantly male environment of technology. As an opportunity for future work, it is suggested to further study the limitations of credit for female entrepreneurs and explore the association between gender, age and technology segment.

Keywords: Female entrepreneurship. Technology Companies. Startups.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Características essenciais de um empreendedor.....	27
Figura 2 - Classificação dos empreendedores – GEM	29
Figura 3 - Ecossistema de empreendedorismo inovador.....	52
Figura 4 – Centros de Inovação.....	53
Figura 5 - Principais atividades da Anjos do Brasil	54
Figura 6 - Cinco serviços essenciais de uma incubadora	56
Figura 7 - Procedimentos e técnicas para a coleta de dados	60
Figura 8 – Qual sua cor/ raça ou etnia?.....	70
Figura 9 - Qual sua faixa de idade? (em anos).....	71
Figura 10 - Qual seu maior nível de escolaridade?	72
Figura 11 - Qual o seu estado civil?	73
Figura 12 - Você tem filhos?	73
Figura 13 - Há quanto tempo você empreende (em anos)?	74
Figura 14 - Em qual cidade está localizada a sua <i>startup</i> /empresa?.....	75
Figura 15 - Sua <i>startup</i> /empresa é uma:	76
Figura 16 - Qual o público-alvo da sua <i>startup</i> / empresa?	77
Figura 17 - Na sua percepção, em qual estágio sua <i>startup</i> está posicionada?	78
Figura 18 - Qual(is) os principais motivos que te fez(fizeram) empreender?..	79
Figura 19 - Quais foram os maiores desafios enfrentados pelas mulheres para empreender?	81
Figura 20 - Por que você se candidatou ao Programa de Mentoria?.....	82
Figura 21 - Em média, quantas horas por dia você trabalha no seu empreendimento?.....	85

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Aderência desta dissertação a trabalhos do repositório UFSC.....	22
Quadro 2 - Características dos empreendedores de sucesso	28
Quadro 3 - Classificação da Pesquisa	60
Quadro 4 - O que a levou a empreender?	87
Quadro 5 - Quais as principais barreiras que você enfrentou ao empreender?	88
Quadro 6 - Quais as principais dificuldades você enfrentou ao empreender?	89

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Taxas específicas (em %), percentuais e estimativas ² empreendedores iniciais e estabelecidos segundo as características sociodemográficas – Brasil – 2019.	30
Tabela 2 - Razões para mulheres fecharem negócios na região da América Latina e Caribe (% de mulheres descontinuando um negócio).....	35
Tabela 3 - Motivações para mulheres empreendedoras iniciar negócios, região da América Latina e Caribe, por economia (% de mulheres empreendedoras).....	36

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACATE	Associação Catarinense de Tecnologia
B2B	<i>Business to Business</i>
B2C	<i>Business to Consumer</i>
B2B2C	<i>Business to Business to Consumer</i>
BSL	Busca Sistemática da Literatura
CEO	(<i>Chief of Executive Officer</i>) – Diretor Executivo ou Presidente da Empresa
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
COCREATION LAB	Laboratório de Ideação
CUT	Central Única dos Trabalhadores
EBT	Empresa de Base Tecnológica
EUA	Estados Unidos da América
FAPESC	Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina
GEM	<i>Global Entrepreneur Monitor</i>
IDHM	Índices de Desenvolvimento Humano
IGI	Índice Global de Inovação
LABeGIS	Laboratório de Gestão, Inovação e Sustentabilidade
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMS	Organização Mundial de Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
PPGTIC	Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação
RI	Repositório Institucional
RIA	Rede de Investidores Anjo
ROI	Retorno sobre Investimento
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SC	Santa Catarina
SSF	<i>Systematic Search Flow</i>
STEM	<i>Science, Technology, engineering and mathematics</i>
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TEA	Taxa de Empreendimento Inicial
TEE	Taxa de Empreendimento Estabelecido
TI	Tecnologia da Informação
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
VC	<i>Venture Capital</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	19
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	19
1.2 OBJETIVOS	20
1.2.1 Objetivo Geral	21
1.2.2 Objetivos Específicos	21
1.3 ADERÊNCIA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (PPGTIC) E À LINHA DE PESQUISA	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	25
2.1 EMPREENDEDORISMO	26
2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO	31
2.3 EMPREENDEDORISMO E GÊNERO NO BRASIL E NO MUNDO	34
2.3.1 Empreendedorismo feminino no setor de tecnologia	42
2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO EM 04 DIMENSÕES	46
2.5 AMBIENTES FAVORÁVEIS À INOVAÇÃO	50
2.5.1 Centros de inovação	53
2.5.2 Startups	53
2.5.3 Aceleradora	55
2.5.4 Incubadora	55
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	58
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	58
3.2 ETAPAS DA PESQUISA	60
3.3 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS	63
3.3.1 Fontes de coleta de dados	64
3.4 LIMITAÇÕES DA PESQUISA	67
3.5 PROCEDIMENTOS PARA O TRATAMENTO DE DADOS	68
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	69
4.1 RESULTADOS: QUESTIONÁRIO COM FUNDADORAS DE STARTUPS	69
4.2 RESULTADOS: ENTREVISTA COM FUNDADORAS DE STARTUPS	86
5 CONCLUSÃO	94
REFERÊNCIAS	96
APÊNDICES	110

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO COM AS MULHERES FUNDADORAS DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA.....	111
-------------------------------------------------------------------------------------	-----

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo foi reservado à contextualização do tema escolhido, com as exposições da interrogação do estudo, dos objetivos e justificativas relevantes deste trabalho.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

A pesquisa em questão tem como cenário, o empreendedorismo feminino em empresas de tecnologia. Afinal, empreender demonstra ser essencial no processo de desenvolvimento e crescimento econômico de um país (PAOLONI; DUMAY, 2015), sobretudo, na contribuição da geração de emprego e renda (GEM, 2019).

Entretanto, historicamente, os homens têm obtido vantagem frente às mulheres em assuntos relacionados à carreira. Visto que, a sociedade tende a associar aos homens, tarefas que demandam maior responsabilidade, principalmente, em altos cargos de diretoria e de liderança. Por outro lado, o gênero feminino tende a ser associado às atividades domésticas, à maternidade, bem como, às atividades que não demandam muitas responsabilidades, potencializando assim, a desigualdade (STROBINO; TEIXEIRA, 2004).

Ocorre que, a mulher que pretende ser empreendedora, por muitas vezes enfrenta, a discriminação e o preconceito de gênero, que ainda se fazem presentes (AMARAL, 2019; HINZMANN, 2020; MORAZZONI; SY, 2022). Tal sub-representação do sexo feminino, em altas posições é evidente (HINZMANN, 2020; ROCHA; PRAAG, 2017) e, pode ser justificada, pela falta de acesso à educação empreendedora e à experiência, ao capital, ao *networking* e aos desafios em equilibrar trabalho e família (HINZMANN, 2020). Visto que, mesmo que as mulheres tentassem serem reconhecidas pelas suas competências e habilidades, o universo de negócios tende a ser focado no homem (LEWIS, 2006).

Embora as mulheres tenham alcançado conquistas significativas, sobretudo em meados do século XX, para Torreão (2007, p. 102), “a igualdade de oportunidades não constitui ainda uma realidade para as mulheres”.

Torna-se importante repensar a valorização feminina em cargos de liderança, refletindo no desenvolvimento da economia e favorecimento às conquistas sociais, considerando que as mulheres são grandes influenciadoras no âmbito familiar, nas

decisões de consumo, saúde e educação (ITAÚ, 2021). Conforme Lin *et al.* (2018), a família tem um papel fundamental na mulher empreendedora, representada pela confiança e a segurança necessária para a mulher.

Neste sentido, as manifestações que abordam o gênero feminino têm sido assunto de pauta e, tornou-se o quinto dentre os dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS¹ para a Agenda 2030, que corresponde à Diversidade de Gênero, enquadrando-se no lema: “Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” (AGENDA 2030, 2021).

Nesse cenário, diante de questões macroeconômicas e exigências inerentes à preparação para a gestão dos empreendimentos em si, que são – independentemente do gênero – desafiantes para empreender, as mulheres enfrentam obstáculos adicionais, como no setor de tecnologia, ambiente tendenciosamente masculino, no qual, adverte lata (2020), as mulheres ainda têm pouco espaço de liderança. Isso pode ser reflexo da desigualdade e do preconceito predominante que tende a permear o público feminino, sobretudo em carreiras que envolvam cursos relacionados às Ciências, Tecnologia, Engenharia e Matemática – STEM² (CHENG; KOPOTIC; ZAMARRO, 2017).

Diante do exposto, surge o seguinte problema de pesquisa: **Como ocorre o empreendedorismo feminino no setor de Tecnologia?** Para tanto, avaliou-se (buscou-se) a percepção de mulheres que empreendem neste segmento, a partir do relato das suas experiências.

Como suporte na obtenção de respostas satisfatórias ao supracitado problema de pesquisa, elaboraram-se os seguintes objetivos.

1.2 OBJETIVOS

Para elucidar a pesquisa é imprescindível a definição dos objetivos geral e específicos, os quais serão abordados a seguir.

¹Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS têm o pressuposto de buscar ações que acabem com os principais desafios enfrentados globalmente, acerca da pobreza, do meio ambiente, do clima, que possibilitem a paz e a prosperidade entre todos. No Brasil, a Organização das Nações Unidas – ONU, está contribuindo com 17 objetivos, no intuito de serem atingidos até 2030, que são: Erradicação da pobreza; Fome zero e agricultura sustentável; saúde e bem-estar; educação de qualidade; igualdade de gênero; água potável e saneamento; energia limpa e acessível; trabalho decente e crescimento econômico; indústria, inovação e infraestrutura; redução das desigualdades; cidades e comunidades sustentáveis; consumo e produção responsáveis; ação contra a mudança global do clima; vida na água; vida terrestre; paz, justiça e instituições eficazes; parcerias e meios de implementação (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2022).

²STEM, acrônimo em inglês para *Science, Technology, Engineering e Mathematics*

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de fundadoras de *startups*, empresas do setor de tecnologia.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Investigar, via revisão exploratória de literatura e revisão com critérios sistemáticos, material científico para discussão da temática de gênero no empreendedorismo.
- Identificar possíveis ações empreendedoras das mulheres no segmento de tecnologia.
- Elencar os fatores que foram fundamentais na tomada de decisão das empreendedoras para a criação de empresas/*startups*, no segmento de tecnologia,
- Analisar as principais dificuldades e oportunidades percebidas na trajetória como empreendedoras de *startups*, empresas do setor de tecnologia.

1.3 ADERÊNCIA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (PPGTIC) E À LINHA DE PESQUISA

Esta dissertação é aderente, especificamente, à linha de pesquisa Tecnologia, Gestão e Inovação do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação - PPGTIC, o qual aborda as TICs para o desenvolvimento de novas metodologias, técnicas, processos para a gestão das organizações (PPGTIC, 2021).

Neste sentido, tem como objetivo: Analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de fundadoras de *startups*: principais *drivers* e dificuldades.

Tal temática corrobora com os assuntos pesquisados no Laboratório de Gestão, Inovação e Sustentabilidade – LABeGIS, coordenado pela professora orientadora desta dissertação.

Ao analisar o Repositório Institucional – RI da UFSC, no âmbito do PPGTIC, não foi localizada nenhuma dissertação que se relacionasse à temática “mulheres empreendedoras” AND “tecnologia”. No entanto, ao analisar o RI da UFSC abrangendo todos os programas de pós-graduação (teses e dissertações), utilizando

os descritores “mulheres empreendedoras” AND “tecnologia”, foram localizados 11 resultados, dando abrangência para a relevância do tema, conforme o Quadro 1 (linhas 1 a 11).

Ao se analisar os Trabalhos de Conclusão de Curso – TCC da UFSC Araranguá, que abordam o empreendedorismo ligado ao gênero, têm-se 6 registros no Quadro 1 (a partir da linha 12).

Quadro 1 - Aderência desta dissertação a trabalhos do repositório UFSC

Título	Autor (a)	Ano	Nível	Programa de Pós-Graduação (UFSC)
O empreendedorismo inovador sob uma perspectiva de gênero	KAUTNICK, Alyne Madeira	2020	Dissertação	Engenharia e Gestão do Conhecimento
O impacto do microcrédito na trajetória sócio-ocupacional das mulheres empreendedoras: a experiência da Blusol	GERALDO, Ivete	2004	Dissertação	Sociologia Política
Inovação tecnológica na visão dos gestores e empreendedores de Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica do Paraná (IEBT-PR): desafios e perspectivas para educação tecnológica	SILVEIRA, Rosemari Monteiro Castilho Foggiatto	2007	Tese	Educação Científica e Tecnológica
A construção social da empresa em tempos de responsabilidade social corporativa: um estudo de caso a partir da Whirpool SA	JACQUES, Caroline das Graças	2010	Dissertação	Sociologia Política
Ascensão profissional de executivas em empresas baseadas no conhecimento	BOTELHO, Louise de Lira Roedel	2008	Dissertação	Engenharia e Gestão do Conhecimento
Programa personalizado de alimentação – Personal Nutrition: uma proposta empreendedora para a nutrição	IOST, Mirian Cordeiro	2003	Dissertação	Engenharia de Produção
Gênero em ação: Rompendo teto de vidro: novos contextos da tecnociência	ROCHA, Cristina Tavares da Costa	2006	Tese	Ciências Humanas
O mais profundo é a pele: sociedade cosmética na era da biodiversidade	CHÁVEZ, Guzman, Mauricio Genet	2004	Tese	Sociologia Política
Causas que condicionam a mortalidade e/ou o sucesso das micro e pequenas empresas no estado de Santa Catarina	ORTIGARA, Anacleto Ângelo	2006	Tese	Engenharia de Produção
Vislumbrando o cuidado de enfermagem como prática social empreendedora	BACKES, Dirce Stein	2008	Tese	Enfermagem
A trajetória das reitoras em Santa Catarina: ser mulher é apenas um detalhe	MORAES, Liege Viviane dos Santos de	2008	Tese	Engenharia de Produção
Jogos e gênero pesquisa sobre uso, hábitos e práticas de mulheres jogadoras de videogames	PISSETTI, Cíntia Provesi	2017	TCC	Tecnologias da Informação e Comunicação

A desigualdade das mulheres no mercado de trabalho na área de tecnologias da informação e comunicação	CONSTANTE, Milena da Cunha	2021	TCC	Tecnologias da Informação e Comunicação
A representação das personagens femininas nos games	BRISTOT, Paula Casagrande	2016	TCC	Tecnologias da Informação e Comunicação
Análise de perfil do público feminino do campus Araranguá com relação ao jogos digitais e de tabuleiro	ROCHA, Marcos Francisco	2015	TCC	Tecnologias da Informação e Comunicação
Da participação ao ativismos: as tecnologias da informação e comunicação aliadas ao feminismo	CARVALHO, Aquino Ellen Larissa de	2015	TCC	Tecnologias da Informação e Comunicação
Gênero em redes sociais: um incentivo à construção de computação inclusiva	MORO, Francielli Freitas	2016	TCC	Tecnologias da Informação e Comunicação

Fonte: RI UFSC <http://repositorio.ufsc.br/> (2021).

Destes estudos, destaca-se Kautnick (2020), que objetivou compreender os desafios do empreendedorismo inovador sob uma perspectiva de gênero. Em seu estudo, constatou que as mulheres empreendedoras encontraram sete desafios principais: 1. Limitação no acesso financeiro; 2. Dificuldade em fazer *networking*; 3. Ambiente hostil; 4. Pressão para conciliar a carreira e a família, 5. Falta de confiança em si; 6. Limitação no acesso à educação; 7. Poucos modelos femininos existentes.

O trabalho de Geraldo (2004, p.15), teve como objetivo: “analisar o impacto das políticas de microcrédito sobre o cotidiano das mulheres empreendedoras no contexto da experiência da Blusol, procurando estabelecer relações entre a evolução do empreendimento e as possibilidades de rearranjo das relações familiares, com ênfase no gênero”.

Rocha (2006), traz como objetivo: “analisar as relações entre gênero, ciência e tecnologia, refletindo tanto sobre os avanços no sentido da superação das desigualdades, quanto sobre a continuidade de padrões tradicionais de comportamento”. Realizada em empresas nascentes de base tecnológica, incubadas e não-incubadas, localizadas em Florianópolis-SC, esta pesquisa dedicou-se a recuperar a trajetória das mulheres que recentemente ingressaram no mercado de trabalho da tecnociência, partindo de duas questões iniciais: até que ponto elas teriam ultrapassado o “teto de vidro” desse mercado e da academia, em que medida elas estariam de fato, engendrando tecnociência e promovendo seu próximo empoderamento, no gerenciamento, inclusive, dos ambientes públicos x privados (p.15)

O próximo tópico aborda a estrutura da dissertação, para maior entendimento sobre a organização desta pesquisa.

1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta dissertação está estruturada em cinco capítulos.

O primeiro capítulo, referente a introdução, apresenta a contextualização do tema da pesquisa, o problema, os objetivos geral e específicos, demonstram a justificativa e a relevância do tema, bem como, sua aderência ao PPGTIC.

O segundo capítulo, referente à fundamentação teórica, apresenta o levantamento da literatura, abordando os temas norteadores desta dissertação, tais como: como extraídos de relatórios de associações/organizações, como GEM, SEBRAE, ACATE, que expõem o panorama do empreendedorismo, as especificidades do empreendedorismo feminino, bem como o cenário do setor de tecnologia, além de artigos científicos, constante nas bases de dados pesquisadas, via revisão de literatura, conduzida de forma exploratória e com critérios sistemáticos.

O terceiro capítulo, procedimentos metodológicos, os métodos utilizados para a coleta de dados secundários, com a revisão de literatura e, para a pesquisa de campo, que corresponde aos dados primários – aplicação de questionário e entrevista.

O quarto capítulo, resultados, apresenta a análise e discussão de resultados.

O quinto capítulo, considerações finais, apresenta a conclusão, a limitação da pesquisa e as sugestões para pesquisas futuras referentes ao tema abordado.

No próximo capítulo será abordada a Fundamentação Teórica, que dará embasamento para a pesquisa desta dissertação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo busca fundamenta(r) a pesquisa, a partir do levantamento e análise de material científico sobre o assunto em estudo.

O empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade, conforme Vадnjal, Vадnjal e Dermol (2020), tem sido um ponto de partida para análise do desenvolvimento econômico. Sob esta ótica, empreender por necessidade corresponde à proporção de empreendedores(as) que estão envolvidos com empreendedorismo, por não ter outra opção de trabalho; por conseguinte, empreender por oportunidade, diz respeito àqueles(as) envolvidos(as) com empreendedorismo, por ter identificado uma oportunidade de negócio, que desejam perseguir (GEM, 2010).

Conforme Dornelas (2012, p. 28):

O empreendedorismo pode acontecer de duas formas: A primeira seria o empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas [...] A segunda definição seria o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreender se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho.

Rocha e Praag (2014), compararam as taxas de empreendedorismo dos países com seus respectivos IDHs (Índices de Desenvolvimento Humano) ano a ano, tendo como base, a relação entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico. Como resultado identificou que há uma relação positiva moderada entre as duas variáveis e que o empreendedorismo por oportunidade é mais benéfico para o desenvolvimento econômico dos países, embora o empreendedorismo por necessidade tenha sua relevância como alternativa para o desemprego.

O Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil, permite realizar análise socioeconômica do território brasileiro (ATLAS, 2022).

Para, Vадnjal, Vадnjal e Dermol (2020) ressaltam que, o papel do empreendedor tem sido associado ao gênero masculino, especialmente, no setor de tecnologia, mesmo ao se assistir o crescimento da participação das mulheres, como fundadoras e líderes de empreendimentos.

De qualquer forma, esta preocupação retrata que o empreendedorismo tem evoluído ao longo dos anos. E, na medida em que ocorrem mudanças na economia

mundial, o empreendedorismo se torna mais complexo (PAVAN; ORTEGA; NOGUEIRA, 2021).

2.1 EMPREENDEDORISMO

Schumpeter (1934) alertava que a palavra empreendedorismo pressupõe inovação, seja no seu produto ou no seu processo, em busca de promover o desenvolvimento econômico, com a finalidade de desenvolver negócios, considerando que, na medida em que as empresas inovam em seus mercados, favorecem o crescimento econômico do país.

O GEM (2019), destaca que “o empreendedorismo é um motor essencial da saúde e da riqueza da sociedade” (p.83).

Schumpeter (1982), ainda argumentou que o empreendedorismo tem início a partir do momento em que ocorram inovações, sejam no aprimoramento de recursos de melhorias de processos produtivos ou na criação de novos produtos, de modo que o ato de empreender visa a obtenção do lucro pelo empresário e a expansão da economia ocorre a partir do momento em que inovações surgem.

Sob a ótica de Kautnick (2020), a inovação está presente no dia a dia da sociedade e o empreendedorismo inovador, está no caminho em que as iniciativas trazem novas oportunidades, conhecimento e tecnologia, como é o caso de Empresas de Base Tecnológica – EBT.

Moore (1986) ressaltou que “o empreendedor é um indivíduo com uma saída de negócio inovadora, que assume os riscos necessários para estabelecer a produção e o *marketing* do produto ou serviço associado, esperando que o empreendimento cresça” (p.86).

O empreendedorismo consiste na criação de um produto ou serviço, no comprometimento do empreendedor para alcançar o crescimento da empresa e na ousadia para assumir riscos e tomar decisões críticas, em busca de satisfação e da independência (DORNELAS, 2012; HIRISCH; PETER; SHEPHERD, 2009).

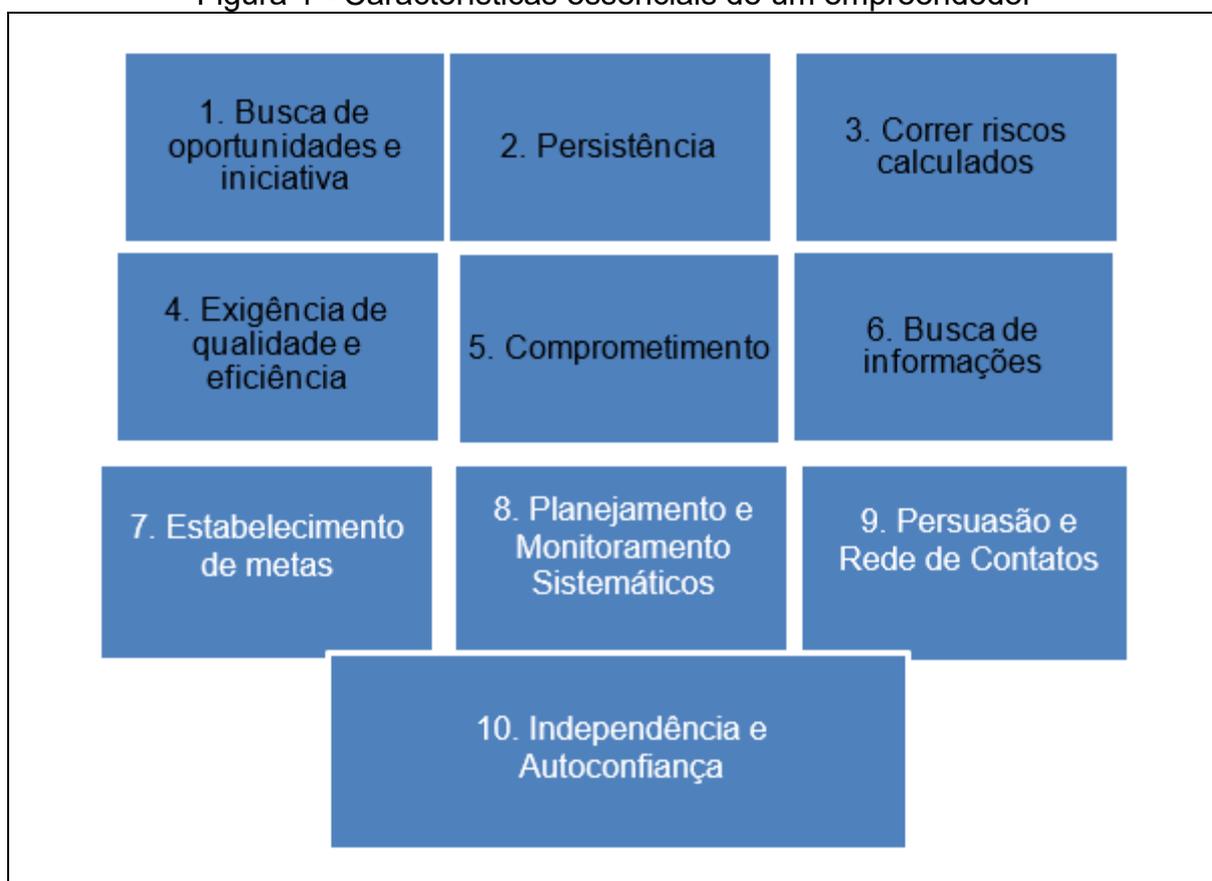
Na concepção de Drucker (1996), o empreendedor é aquele que utiliza a inovação como sua principal ferramenta, transformando em oportunidades de negócio, por meio de melhoria nos processos, ou ainda de um serviço diferente, de modo que a inovação pode ser aprendida e constantemente aplicada, gerando oportunidades inovadoras de sucesso nos empreendimentos desenvolvidos.

Por sua vez, Sarkar (2008), afirma que o “empreendedorismo é o processo de criação e ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas” (p. 26).

Diante do exposto, pode-se compreender que dentre muitas características relacionadas, o(a) empreendedor(a) é o sujeito pelo qual desenvolve autonomia, assume riscos, seja financeiro, psíquico ou social, busca/ cria oportunidades, transformando determinada ideia em oportunidade de negócios, auxiliando no desenvolvimento econômico.

Nessa perspectiva, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2022), classifica as principais características de um empreendedor, conforme a Figura 1.

Figura 1 - Características essenciais de um empreendedor



Fonte: Adaptado de Sebrae (2022)

A partir da Figura 1, observa-se que, os empreendedores devem ter iniciativa e buscar oportunidades atraentes para o seu potencial negócio; ter persistência, acreditando na ideia de empreendimento; calcular riscos, no intuito de mensurar as fragilidades e as potencialidades que o negócio pode alcançar; ter a preocupação com

a qualidade e a eficiência do que se está oferecendo; ser comprometido com o seu empreendimento; estabelecer metas, elaborar um planejamento e monitoramento sistemático, para que os processos ocorram da melhor forma possível; ter a capacidade de persuasão e rede de contatos, expandindo o número de pessoas do seu ciclo profissional e pessoal, ter independência e autoconfiança, ou seja, acreditando no seu potencial (SEBRAE, 2022).

Dornelas (2012), por sua vez, define as características dos empreendedores, como essenciais para atingir o sucesso ou não das empresas, visto que tais características abordam desde o administrar, até questões interpessoais (Quadro 2):

Quadro 2 - Características dos empreendedores de sucesso

Visionários	Têm a visão de como será o futuro para o seu negócio e sua vida e a habilidade de implementar seus sonhos.
Tomadores de decisões	São seguros, sabem tomar a decisão na hora certa, sobretudo, nos momentos de adversidade, fator chave para o sucesso. Implementam suas ações rapidamente.
Fazem a diferença	Transformam uma ideia abstrata em algo concreto (KAO, 1989; KETS, VRIES, 1997). Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Exploram as oportunidades	O empreendedor quebra os paradigmas e inova, inserindo novas oportunidades em seus negócios (SCHUMPETER, 1949). O empreendedor cria o equilíbrio, identificando posições claras e objetivas em meio a ambientes de caos e turbulência (1973). Ambos são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu crescimento aumenta.
Determinados e dinâmicos	Implementam ações com comprometimento. Atropelam as adversidades, os obstáculos, com vontade ímpar de “fazer acontecer”. Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam o inconformismo diante da rotina.
Dedicados	Dedicam-se 24 horas por dia, 7 dias por semana ao seu negócio. São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente.
Otimistas e apaixonados pelo que fazem	Adoram o trabalho que realizam. O Otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso.
Independentes e constroem o próprio destino	Desejam ser independentes ao invés de serem empregados; querem criar algo e determinar os próprios passos.
Líderes e formadores de equipes	São respeitados pelos seus funcionários, pois, sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si. Sabem que para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes.
Bem relacionados (desenvolvem <i>networking</i>)	Sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.
Organizados	Sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam	Planejam cada passo do seu negócio, desde o primeiro rascunho do plano de negócios, até a apresentação do plano de investidores, definem estratégias de <i>marketing</i> do seu negócio, tendo como base a visão que os negócios possuem.

Fonte: Dornelas (2012, p. 23).

Conforme Carayannis e Zedtwitz (2005), o empreendedorismo alcançou crescimento orgânico e sustentável nas economias desenvolvidas e a transição, nas economias em desenvolvimento.

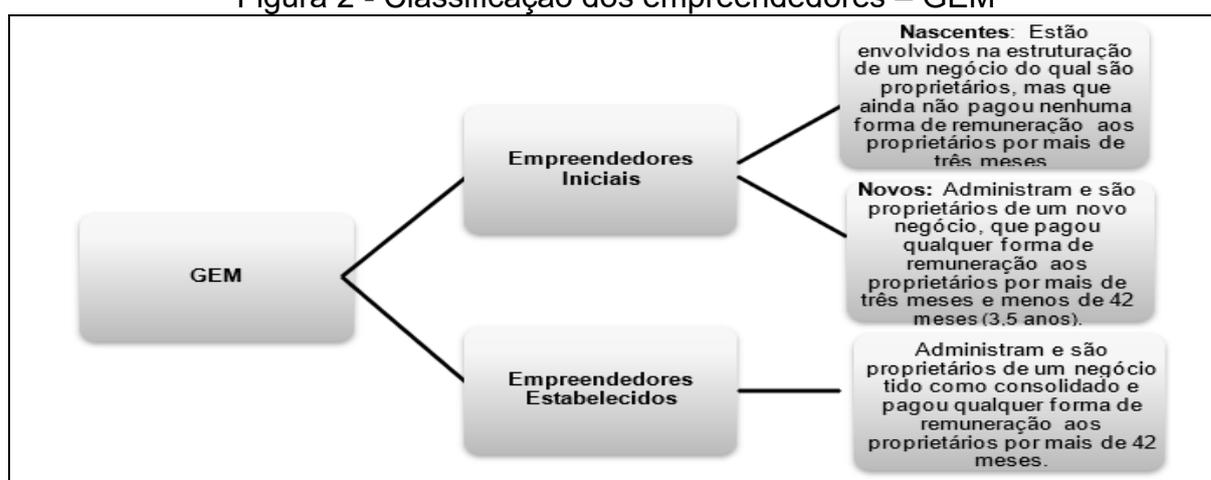
Desta forma, para Ge *et al.* (2022, p.1) “o empreendedorismo e a inovação tecnológica desempenham um papel crucial no desenvolvimento da economia ao criar oportunidades de emprego, melhorar as competências e executar novas ideias”, visto que, a inovação é essencial para o desenvolvimento econômico, pois, influencia na produtividade e na vantagem competitiva, contribuindo na estruturação de políticas públicas para a inovação (HOANG; NAHM; DOBBIE, 2021).

Sendo assim, com a finalidade de medir o nível de atividade empreendedora das economias, em 1999, surgiu o relatório *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, que avalia os níveis de estágio de sobrevivência empreendedora nos países. O GEM, classifica os negócios em: Taxa de Empreendedorismo Inicial – TEA e Taxa de Empreendedorismo Estabelecidos – TEE (GEM, 2019).

O GEM (2021/2022, p. 24) “define a atividade empreendedora como o ato de iniciar e administrar um novo negócio, ou seja, não apenas pensar ou pretende começar, mas despender recursos para fazer um novo negócio decolar”.

Desta forma, a Figura 2, apresenta a classificação dos empreendedores segundo o GEM (GEM, 2019):

Figura 2 - Classificação dos empreendedores – GEM



Fonte: Relatório Adaptado de GEM (2019).

Os *empreendedores nascentes* estão na fase de ideação de um negócio, envolvidos na estruturação do empreendimento pelo qual estão desenvolvendo. Cabe

salientar que, os Empreendedores iniciais nascentes se diferenciam dos Empreendedores iniciais novos, por não pagarem nenhuma remuneração aos empregados por mais de 3 meses (GEM, 2021/2022).

Logo, os *empreendedores iniciais novos*, administram e são donos do seu próprio negócio e, diferentemente dos Empreendedores Iniciais Nascentes, já pagaram remuneração aos funcionários há mais de 3 meses e não excedendo 42 meses (GEM, 2021/2022).

Já, os *empreendedores estabelecidos*, como o próprio nome diz, são donos de negócios que estão consolidados. Aqui, os empreendedores já pagaram remuneração excedente há 42 meses. São aqueles que estão há mais tempo no mercado, passaram por toda a fase da criação e estruturação da empresa e, por fim, estão mais estabelecidos (GEM, 2021/2022).

Em relação ao gênero, pode-se observar que, na Tabela 1, a estimativa do número de empreendedoras nos estágios iniciais de negócio – TEA (taxa de empreendedores nascentes e iniciais novos) é similar entre homens e mulheres (50% cada); Já, considerando TEE (taxa de empreendedores estabelecidos), 56,5% são homens e 43,5% são mulheres. Demonstrando que, a dificuldade aumenta para as mulheres se manterem em seus empreendimentos, com o passar do tempo.

Tabela 1 - Taxas específicas (em %), percentuais e estimativas² empreendedores iniciais e estabelecidos segundo as características sociodemográficas – Brasil – 2019.

Características Sociodemográficas	Iniciais			Estabelecidos		
	TEA 23,3%	Estimativa do número de empreendedores		TEE (16,2%)	Estimativa do número de empreendedores	
		Nº (em milhões)	%		Nº (em milhões)	%
Sexo						
Masculino	23,5	16,1	50,0	18,4	12,6	56,5
Feminino	23,1	16,1	50,0	13,9	9,7	43,5
	Total	32,2	100,0	Total	22,3	100,0
Faixa Etária						
18 a 24 anos	24,3	6,2	19,3	7,2	1,8	8,2
25 a 34 anos	26,1	8,9	27,7	12,7	4,3	19,4
35 a 44 anos	26,7	8,7	27,1	18,2	5,9	26,5
35 a 54 anos	22,6	5,8	18,2	23,8	6,1	27,5

55 a 64 anos	12,4	2,5	7,7	20,5	4,1	18,4
	Total	32,2	100	Total	22,3	100
Escolaridade ¹						
Fundamental incompleto	18,4	5,5	17,2	23,2	7,0	31,3
Fundamental completo	23,3	6,8	21	20,2	5,9	26,2
Médio completo	24,4	14,9	46,2	12	7,3	32,7
Superior completo ou maior	27,6	5	15,6	12,1	2,2	9,7
	Total	32,2	100	Total	22,3	100
Renda familiar						
Até 1 salário-mínimo	23,4	5,5	17,2	13,5	3,3	14,7
Mais de 1 até 2 salários-mínimos	20,6	8,4	26,0	13,4	5,6	24,9
Mais de 2 até 3 salários-mínimos	22,0	6,1	18,8	17,2	4,8	21,6
Mais de 3 até 6 salários-mínimos	27,1	8,6	26,8	18,0	5,8	26,2
Mais de 6 salários-mínimos	31,8	3,6	11,1	25,6	2,8	12,7
	Total	32,2	100,0	Total	22,3	100,01

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2019, p 23.)

¹ Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 24,3% da população de 18 a 24 anos no Brasil são empreendedores iniciais).

² Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões.

Como o objetivo desta dissertação envolve o empreendedorismo feminino, cabe abordar tal temática no tópico a seguir.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Para compreender o empreendedorismo feminino, torna-se necessário retomar a história.

Primeiramente, cabe explicar o conceito de gênero, que segundo Welsh *et al.* (2013), está relacionado ao sexo feminino ou masculino. Contudo, atualmente, foram identificadas outras tipologias de gênero, que extrapolam o binário.

Por sua vez, cabe destacar que, o gênero também se associa com as relações de poder (SCOTT, 2017). Conforme CFEMEA (2022), no Brasil, os direitos das mulheres começaram a ser reconhecidos a partir da Conferência Internacional das Nações Unidas, em 1975, da qual faziam parte, a França, os Estados Unidos da América e alguns países da América Latina. A partir de toda a militância feminina em

busca de democracia e de direitos humanos, surgiram as primeiras Organizações Não Governamentais - ONGs no Brasil em 1980.

Observa-se que a presença das mulheres no mundo do trabalho tem crescido, em vários segmentos, bem como o número de empreendedoras (WELSH *et al.* 2013); contudo, são minoria quando comparadas aos homens (TONOYAN; STROHMEYER; JENNINGS, 2019). E, especificamente, o tema das *startups* femininas, ainda é menos explorado (KÉZAI; STOMBATHELYI, 2021).

Culturalmente, o empreendedorismo é associado aos homens, principalmente, por enfatizar o poder e a 'coragem' de assumir riscos (WILLIAMS *et al.* 2020).

Esse discurso está atrelado à sociedade há décadas, conforme Ugheto *et al.* (2020, p. 305):

As mulheres empreendedoras são dominadas por homens há décadas. Nos últimos anos, as mulheres lutaram para quebrar o “teto de vidro” e administrar seus próprios negócios ou ocupar o topo das empresas. No entanto, ainda persiste uma lacuna a favor dos homens no empreendedorismo, e a lacuna é mais pronunciada do que no mercado de trabalho como um todo.

Culturalmente, a sociedade atribui à esfera familiar às mulheres, representada pela maternidade e atividades domésticas; já, aos homens à esfera de trabalhador, o provedor do sustento familiar (LIMA; CARVALHO; TANURE, 2012).

Deve-se primar por quebrar o paradigma em que a mulher é incapaz de alcançar posições de alta complexidade no âmbito corporativo. Assim como afirma Villas Boas (2010, p. 35): “A cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens”.

Dessa forma, o tema atrelado ao empreendedorismo feminino está sendo abordado em nível global, visto que as mulheres, tornam-se essenciais para o desenvolvimento econômico mundial (GEM, 2019).

Ge *et al.* (2022, p. 2) enfatizaram que o empreendedorismo feminino ainda se torna importante para:

A inclusão social, redução da pobreza e crescimento econômico geral, as instituições internacionais de desenvolvimento, governo, ONGs e empresas têm colaborado para iniciar programas de aprimorar o empreendedorismo feminino

O senso comum do marido como provedor do lar, e da mulher como cuidadora, começou a mudar com as Guerras Mundiais e a precariedade de mão de obra. Este

foi um marco histórico, visto que representou o momento em que as mulheres começaram a se inserir no mercado de trabalho (PROBST; RAMOS, 2013).

Conforme Kanan (2010), o desenvolvimento econômico e a consolidação do sistema capitalista beneficiaram o processo de contestação da identidade social que, até então, favorecia o papel de mãe, esposa e dona de casa. Dentre os fatores que contribuíram para a modificação do ideal da mulher no lar foram: o poder decisório de controlar e decidir o número de filhos (uso da pílula anticoncepcional); o direito ao voto; a possibilidade de compor a renda familiar; o direito de dissolução do vínculo matrimonial; a publicação de leis protegendo a mulher trabalhadora; a procura pela qualificação em termos culturais, técnicos e acadêmicos; legitimidade do acesso ao estudo.

Uma pesquisa realizada pela McKinsey e Company (2015), sobre as mulheres no mercado de trabalho, apresenta alguns dados relevantes para o debate: as mulheres são sub representadas em níveis das organizações, e a diferença é maior nos cargos de liderança sênior; mulheres enfrentam mais barreiras para avançar na carreira do que os homens e sacrificam suas carreiras mais facilmente, em função da carreira do parceiro.

Probst e Ramos (2013), relataram que com as pressões da carreira somadas ao trabalho doméstico, as mulheres sofrem muito mais com o estresse da carreira comparado aos homens. Os autores colocam ainda que, não existe um único lugar tipicamente masculino, que ainda não tenha sido invadido pelas mulheres. A mulher está cada vez mais presente no mercado de trabalho. Porém, essa inserção vem sendo acompanhada de discriminação e desigualdade.

Para Madalozzo, Martins e Shiratori (2010), as mulheres enfrentam obstáculos como o trabalho doméstico, a dupla jornada que demandam um tempo maior com sua família, filhos, cônjuge.

A justificativa para os salários e jornadas de trabalho tão diferentes estava voltada para a questão de que o dever de trabalhar e sustentar a família não é da mulher. Sendo assim, não havia razão para igualdade de salários (PROBST; RAMOS, 2013). Gurgel (2010), elucida que houve forte resistência dos homens que atuavam neste mercado de trabalho, ora, dificultando ainda mais a entrada das mulheres neste segmento. Para o público masculino, a presença feminina representava uma ameaça aos seus empregos e além disso, alterava o papel tradicional da mulher que a

sociedade a intitulara, ou seja, deixavam de ser cuidadoras do lar e dos filhos para contribuir com a renda da casa.

Para Bolson; Oliveira e Vale (2018), as mulheres ainda recebem salários menores, quando comparados aos homens e sentem maior dificuldade ao assumirem posições de liderança.

No próximo tópico é abordado o empreendedorismo e gênero no Brasil e no mundo.

2.3 EMPREENDEDORISMO E GÊNERO NO BRASIL E NO MUNDO

Para Vandnjal, Vadjal e Dermol (2019, p.63), “o empreendedorismo é definido por gênero há muitas décadas”, e as mulheres estão em busca incessante de alcançarem seu espaço no mercado de trabalho, sem a disparidade na distribuição de cargos mais almejados. Por sua vez, o GEM (2020/2021, p.19) salienta que “as disparidades de gênero costumam ser mais pronunciadas em economias avançadas, onde a propriedade de empresas é menos uma necessidade e mais uma opção”.

Em meio à crise da pandemia, causada pela COVID-19, em 2021, a Cúpula de Líderes do G20 na Itália e no Fórum de Igualdade de Geração, reforçaram seu compromisso atrelado à igualdade de gênero e ao empreendedorismo feminino (KOFLER; PANGESTU, 2021).

Conforme o GEM (2020/2021), as principais razões para o fechamento de negócios dirigidos por mulheres na América Latina e no Caribe no ano de 2020 até julho de 2021, a principal evidência foi a pandemia do novo Coronavírus, que afetaram representativamente os países: Panamá (67,9%), Chile (58,1%), Colômbia (43,8%), Brasil (41,5%), Uruguai (40%), Guatemala (36,6%). Outras razões apresentadas são os negócios não rentáveis, os problemas para conseguir financiamento, por exemplo.

De acordo com a 13ª pesquisa de impacto da pandemia do Coronavírus nos Pequenos Negócios, elaborada pela SEBRAE/FVG (2020), as mulheres negras foram as mais afetadas, independente de sua área de atuação.

A Tabela 2, representa as principais razões para que as mulheres da América Latina e do Caribe, descontinuem seus negócios.

Tabela 2 - Razões para mulheres fecharem negócios na região da América Latina e Caribe (% de mulheres descontinuando um negócio)

	Negócios não rentável	Problemas para conseguir financiamento	o coronavírus pandemia	Outro
Brasil	17,8	8,1	41,5	32,4
Chile	11,6	7,9	58,1	22,3
Colômbia	19,7	7,2	43,8	29,3
Guatemala	31,8	4,4	36,6	27,2
Panamá	11,3	5,2	67,9	15,6
Uruguai	22,2	13,9	40,0	23,8

Fonte: GEM (2020/2021, p.208)

O GEM (2020/2021) também apresentou que as mulheres em países europeus e na América do Norte, são 50% mais propensas ao fechamento de seu negócio se comparadas aos homens. Contudo, também se constatou que na América Central e no Leste da Ásia, os homens (37,7%) fecharam mais negócios que as mulheres (34%) e em países onde há baixa renda, as mulheres (35,6%) são menos propensas a fecharem seus negócios pela pandemia quando comparadas ao gênero oposto (34%), já em países onde há renda média e alta, as mulheres têm mais tendência a fechar seu negócio na pandemia que os homens. Esse último dado pode ser observado pelas características que se relacionam ao tamanho da empresa, à localização e às demandas da família.

Para compreender as motivações que levaram as mulheres empreenderem na América Latina e Caribe durante a pandemia de Coronavírus, a maior incidência encontrada no Brasil, diz respeito à escassez de emprego, o qual foi representado com 81,9%, portanto, aqui é um dado importante a se considerar (GEM, 2020/2021).

Ou seja, na medida em que houve menos oportunidades de emprego, até mesmo pelo período em que as empresas sentiram a influência, sobretudo, quando a Organização Mundial de Saúde – OMS sugeriu que os países deveriam fazer isolamento, e as regiões tomaram suas medidas baseadas em dados epidemiológicos, muitas empresas sentiram a baixa demanda de produtos e serviços vendidos. Sendo assim, possivelmente, essa poderia ser considerada uma justificativa para as mulheres serem aspirantes ao empreendedorismo.

Conforme Isaga (2018), as mulheres também empreendem para se sentirem reconhecidas pelo seu trabalho.

De acordo com o GEM (2020/2021), a pandemia impactou a intenção de *startups*, onde as mulheres alcançaram os homens em todas as economias e níveis

de renda, e avançou ainda mais na América Latina e no Caribe em 20%, contudo, foi menor do que as mulheres da Ásia Central e Oriental (Tabela 3).

Tabela 3 - Motivações para mulheres empreendedoras iniciar negócios, região da América Latina e Caribe, por economia (% de mulheres empreendedoras)

	Escassez de emprego	Tradição familiar	faça a diferença	Construir riqueza
Brasil	81,9	26,3	68,6	53,6
Chile	85,4	35,9	58,1	52,5
Colômbia	82,1	40,2	65,9	59,6
Guatemala	93,0	45,9	76,8	52,4
Panamá	85,2	45,2	68,4	55,8
Uruguai	82,5	24,7	30,3	35,0

Fonte: GEM (2020/2021).

Em se tratando de intenção empreendedora de abrir um negócio nos próximos 3 (três) anos, foi constatado que nos países onde a média ou baixa renda, são os que possuem níveis mais altos de intenções empreendedoras, sendo que, a atividade empreendedora em estágios iniciais estavam se equiparando ao gênero masculino, diferentemente dos países com alta renda. As mulheres também gerenciam ao menos um terço dos negócios estabelecidos, de modo que a maior predominância de mulheres, cerca de 6,9% em empresas estabelecidas foram na Ásia Central e Oriental, já os homens, representaram 11,9% nas regiões mencionadas (GEM, 2020/2021).

No estudo de Fang *et al.* (2022), usaram uma amostra mundial de empresas para estudar como empresas lideradas por mulheres comparando com empresas lideradas por homens em produtividade e seu crescimento e como a disparidade está associada com ambientes culturais, institucionais, de gênero e de negócios subjacentes.

A luta pelo acesso aos direitos das mulheres relativos às desigualdades de gênero, se deram, sobretudo a partir da década de 70, com o movimento feminista. no século XIX, devido a industrialização, houve a possibilidade de a mulher trabalhar como assalariada, exercendo a função de dupla jornada³ (AMORIM; BATISTA, 2017).

³ Termo usado para designar as mulheres que aliam sua carreira com a atividade doméstica, a maternidade.

De acordo com Noor (2002), as mulheres após seu dia de trabalho em seu negócio, quando chega em casa, se depara com a dupla jornada, muitas vezes, mãe, esposa, filha.

Conforme Aparecido (2015), no Brasil, a mulher começou a ganhar seu espaço no mercado de trabalho, nos anos 70, em um contexto de expansão econômica com os movimentos feministas; porém foi em 1980 que a participação de mulheres em movimentos sindicais ficou mais evidente, com o aparecimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na CUT – Central Única dos Trabalhadores (FERNANDES; CAMPOS; SILVA, 2013).

Durante muito tempo a mulher foi vista e considerada uma figura do lar, associada à maternidade e vista pela sociedade, com menos capacidade que o homem sendo o ‘sexo frágil’ (KAUTNIK, 2019; APARECIDO, 2015).

Contudo, perante a legislação, com destaque para a Constituição Federativa do Brasil de 1988, garante-se a igualdade de gênero, conforme postula o Artigo 5:

Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País, a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: I – homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos dessa Constituição (BRASIL, 1988a).

O movimento feminista foi reconhecido no século XIX, Simone de Beauvoir, filósofa francesa, feminista e existencialista, deixou sua grande contribuição em 1949, sendo uma das maiores representantes desse movimento (BONNICI, 2007).

Satpayeva *et al.* (2020), afirmaram que: “As teorias feministas reconhecem que a submissão, desigualdade ou opressão das mulheres é antiética e que as mulheres merecem direitos políticos, econômicos e legais iguais” (p. 255).

Entre o final do século XIX e início do século XX, as mulheres começaram a adquirir direitos, como é o caso do poder do voto (FRANÇA; CÉZAR; CALSA, 2007). o que lhes poderia parecer o início de uma longa jornada da luta em busca de direitos, objetivando a equidade de gênero.

A igualdade de gênero visa promover o empoderamento feminino e é considerada importante tanto no aspecto econômico e social como para atingir outras metas prioritárias, em especial aquelas ligadas à pobreza, fome, saúde e educação (AGENDA 2030, 2021).

Com a evolução da sociedade, o interesse das mulheres em se tornarem empreendedoras tem sido cada vez mais frequente. Além do papel de mãe e esposa, também passam a contribuir na renda familiar, que possibilita a oportunidade de prosperar sua vida financeira e alcançar seus objetivos familiares e de carreira (KAUTNICK, 2020). De acordo com Bruce (1998), a família é um alicerce importante no apoio da mulher aspirante a empreender. Possuem competências gerenciais importantes, que ressaltam a clareza nos objetivos, agilidade, estratégias inovadoras e capacidade de resiliência frente aos seus funcionários (MACHADO, 1999).

A presença feminina no campo do empreendedorismo merece destaque, uma vez que vem aos poucos ganhando espaço, embora ainda haja o enfrentamento quanto à desigualdade de gênero (SOUZA, 2017).

De acordo com Natividade (2009), o “gênero feminino não deve ser apenas um ponto de análise, mas de imersão na atenção das políticas públicas a serem desenvolvidas, para melhor posicionamento na sociedade brasileira” (p. 3).

Ou seja, o empreendedorismo feminino é fundamental no alcance do desenvolvimento econômico, principalmente em economias emergentes. Ao analisar a diferença de gênero no desempenho empresarial e nas atividades de inovação, é possível expandir a compreensão sobre o assunto e sugerir novas formulações de políticas que se apropriem do empreendedorismo (HOANG; NAHM; DOBBIE, 2021).

Mais recentemente, o deputado Carlos Henrique Gaguim, “criou o projeto de Lei 1912/22, que institui o Programa de Estímulo ao Empreendedorismo Feminino”, que se encontra em análise pela Câmara de Deputados e tem a finalidade de:

- Fomentar a capacitação de mulheres com cursos técnicos e formação cooperativista;
- Promover a cooperação entre entes públicos e o setor empresarial para o empreendedorismo feminino;
- Instituir linhas de crédito facilitadas para esses empreendimentos;
- Incentivar microempreendedoras individuais e microempresas e empresas de pequeno porte controladas e dirigidas por mulheres (AGÊNCIA CÂMARA DE NOTÍCIAS, 2022).

Sendo assim, as mulheres vivem em constante enfrentamento de barreiras quando o assunto é desigualdade de gênero, pois, muitas vezes são representadas apenas “como do lar”, mães incapazes de exercerem poder de decisão e terem cargos superiores em uma organização. E quando o assunto envolve o setor de tecnologia,

muito embora as mulheres estejam sendo mais vistas, ainda há pouca representatividade (KAUTNICK, 2020).

De acordo com Gibbs (2014):

As mulheres e minorias étnicas muitas vezes são vítimas de ameaças estereotipadas e, para mulheres empreendedoras negras, as repercussões podem resultar em níveis reduzidos de sucesso empresarial e dúvidas sobre sua capacidade de atingir metas (por exemplo, autoeficácia) e reconhecer novas oportunidades de negócios (p. 3)

No estudo que objetivou explorar os obstáculos estruturais baseados na racionalidade limitada que são impostos aos negócios das mulheres e sua tomada de decisão e como esses obstáculos restringem o potencial das mulheres empreendedoras. O artigo examina essas questões por meio de 220 entrevistas com partes interessadas no sistema social do Mercado Central de Kumasi em Kumasi, Gana (NEWMAN; ALVAREZ, 2022, p. 1).

Um dos grandes desafios das mulheres é alcançar seu espaço de liderança, sobretudo quando a cultura da empresa é masculina. Uma vez que as empresas de Tecnologia atraem mais homens, o que dificulta ainda mais, a participação feminina em cargos de liderança (IATA, 2020).

O aumento da presença feminina nos setores tecnológicos é evidente, assim como a gama de iniciativas que fomentam esse ecossistema e as vastas redes de *networking*. Os desafios inerentes ao gênero são encarados numa perspectiva positiva, vislumbrando as mudanças que ocorrem no setor em termos de aumento do percentual da presença feminina e da representatividade para outras mulheres (IATA, 2020).

Satpayeva *et al.* (2020), realizaram um estudo, cujo objetivo foi analisar os conceitos existentes de empreendedorismo feminino, avaliar as atividades de empreendedorismo feminino no Cazaquistão (p. 243); puderam constatar que “a falta de conteúdo teórico sobre empreendedorismo feminino nos estudos do Cazaquistão demonstra que, até o momento, não existem plataformas para discutir os problemas teóricos do empreendedorismo feminino no país. Os autores também constataram que há um pequeno número de estudos sobre o ambiente de negócios das mulheres empresárias, incluindo fatores especiais relacionados à realização de negócios em regiões (por exemplo), vilas e cidades e áreas de negócios, indústria e serviços. Enquanto o estudo do empreendedorismo feminino é possível no contexto da

influência de fatores como legislação, normas sociais, política econômica, estrutura do mercado de trabalho, renda e níveis de educação.

Também foi possível identificar que há aumento da atividade empreendedora entre as mulheres, aumento do número de empresas lideradas por mulheres. No entanto, o crescimento das empresas femininas ocorre mantendo a insignificância da sua dimensão em termos de volume de negócios e número de trabalhadores. Assim, as mulheres do Cazaquistão são mais representadas no setor de pequenas e médias empresas. As mulheres empresárias do Cazaquistão fornecem um terço dos empregos no setor de PMEs da república (SATPAYEVA *et al.* (2020).

As empresas femininas atualmente estão principalmente relacionadas com a resolução de problemas sociais que uma mulher encontra frequentemente na condução da sua vida doméstica; não exigem formação técnica. Grande número de funcionários e grande capital. A especificidade etnocultural da sociedade do Cazaquistão também deixa sua marca no desenvolvimento dos negócios das mulheres; às mulheres foi confiada a necessidade de cuidar da casa e cuidar dos membros da família. Hoje as mulheres têm uma variedade de oportunidades econômicas para a autorrealização na atividade empreendedora (SATPAYEVA *et al.* (2020).

Os empreendedores possuem a capacidade de inovar e de se reinventar, com o intuito de atenderem as demandas mercadológicas da sociedade e de proporcionarem o crescimento econômico (VILAS BOAS, 2010).

Nessa perspectiva de desenvolvimento, no ano de 2021, em um levantamento elaborado pelo SEBRAE, por meio de dados extraídos da Receita Federal, dos Cadastros Nacionais de Pessoas Jurídicas – CNPJ, o Brasil foi recorde na abertura de pequenos negócios, superando a marca de 3,9 milhões de micro e pequenas empresas, um aumento de 19,8%, se comparado à 2020, quando alcançou 3,3 milhões, ano de Pandemia do Coronavírus (BRASIL, 2022).

Um estudo realizado como o objetivo de investigar o papel do empreendedorismo feminino e das tecnologias de inovação na contribuição para a renda familiar na situação desafiadora da pandemia COVID-19, coletou dados de áreas rurais e urbanas selecionadas no distrito de Faisalabad por meio de questionário (GE *et al.* 2022, p. 1).

Segundo o GEM (2020/2021, p. 34):

A pandemia teve um enorme impacto sobre as mulheres empreendedoras devido à combinação da vulnerabilidade das pequenas empresas, impactadas no setor da indústria pesada e a carga adicional de cuidados familiares, além das demandas de trabalho. Nossos dados mostram que as mulheres foram mais profundamente impactadas pela pandemia do que os homens. Muitas mulheres empreendedoras se adaptaram com sucesso às rupturas e novas realidades de mercado causadas pela pandemia, embora as intervenções de políticas públicas tenham sido muitas vezes insuficientes, especialmente levando em consideração áreas como apoio ao cuidado familiar, escolaridade e impactos de pequenas empresas.

De acordo com Villas Boas (2010, p. 51), “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”.

No entanto, ainda que existam conflitos no modo de liderar, segundo Oliveira (1997, p. 11): “O funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas”.

Partindo desse pressuposto, não teria uma razão significativa para a desigualdade de gênero permanecer. Deve-se quebrar o tabu que a mulher é incapaz de alcançar posições de alta complexidade no âmbito corporativo. Assim como afirma Villas Boas (2010, p. 35): “A cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens”.

Nessa perspectiva, a construção social está interligada às categorias sociais, sendo elas raça, etnia, religião e gênero que se constrói a partir delas (MEYER, 1996).

Tomando como base o artigo *innovation, gender, and labour productivity: small and médium enterprises in Vietnam*, Ngoc; Nahm e Dobbie (2021), cujo objetivo foi *fornecer informações adicionais sobre a ligação entre inovação e produtividade do trabalho da empresa e examinou como o gênero impacta a produtividade e a inovação da empresa*. Basicamente, os autores fizeram uma análise entre as ligações de gênero, inovação e produtividade, das empresas vietnamitas de pequeno e médio porte (PMES), do setor de manufatura no Vietnã de 2009 a 2015, pois, queriam analisar se as empresas controladas por mulheres são mais ou menos produtivas do que as empresas dirigidas por homens, além de também analisarem se as empresas controladas por mulheres são mais ou menos inovadoras do que as empresas controladas por homens. Com isso, puderam perceber que “embora as empresas

controladas por mulheres sejam menos propensas a inovar, elas são menos produtivas do que as empresas controladas por homens, uma vez que o papel da inovação é controlado (p. 1)”. Um outro dado importante, foi mostrar “que os inovadores são cerca de 23% mais produtivos do que os não inovadores, sendo que mais de três quartos dessa diferença se deve aos inovadores que possuem tecnologia melhor.

De um modo geral, as mulheres passaram por momentos históricos ao longo de todo esse tempo, que envolveu a força, a capacidade de ser ouvida, ou ao menos é o que se busca(va), e sobretudo, as particularidades culturais como fator determinante para a mulher empreender ou não, permeando pelos países.

Empreender, portanto, é uma tarefa árdua para ambos os gêneros, contudo, as mulheres ainda sentem os efeitos da predominância feminina em setores que envolvem a tecnologia, por exemplo. Sendo assim, o próximo capítulo irá trazer alguns *insights* acerca do empreendedorismo feminino no setor de tecnologia.

2.3.1 Empreendedorismo feminino no setor de tecnologia

Com o avassalador avanço das tecnologias da informação e comunicação, as economias são beneficiadas. Hoje em dia, com a Internet das coisas, a computação em nuvem e até mesmo a *Big Data*, tem proporcionado avanços em inovação, sobretudo, nas finanças tradicionais e no desenvolvimento de *fintechs*, como por exemplo, a Alipay e a WeChat Pay, ambas localizadas na China. Essas plataformas de *ecommerce*, possibilitaram um crescente número de vendas no evento denominado *Double Eleven* 2019 (GUO; CHEN; ZENG, 2021).

Para Ekinsmyth (2014), o empreendedorismo como atividade cresceu rapidamente (globalmente) na última década, possibilitado pelas novas TICs” (p. 1236). O empreendedorismo feminino, por exemplo, contribui consideravelmente no desenvolvimento da economia (GEM, 2019), contudo, as mulheres ainda perpassam pela luta da sub-representação motivada pelo gênero (HINZMANN, 2020).

Mediante os avanços da tecnologia, as formas de empreender também foram adaptadas, ou seja, foi possível criar e realizar negócios por meio das ferramentas tecnológicas (WAMUYU, 2015). Tais inovações trouxeram novas perspectivas de fazer negócios globalmente, potencializando novas oportunidades, produtividade, flexibilidade e desenvolvimento de *networking* (BUDYLDINA, 2018).

Inclusive, no setor de tecnologia, que é heterogêneo em sua estrutura ocupacional, abrigando desde dirigentes ou gerentes de empresas desenvolvedoras de *software*, análise de requisitos e *design* em alto nível até serviços de baixo valor e atividades em trabalho repetitivo, como a geração de linhas de código dos programas ou a manutenção de bancos de dados (NUNES, 2016).

Conforme Ukpere; Slabbert e Ukpere (2014):

Em um estudo realizado no Quênia, constatou-se que “o uso da tecnologia por mulheres empreendedoras do Quênia é visto como um aspecto muito inovador de suas vidas diárias. A mulher empreendedora queniana contemporânea está achando muito crucial e necessário adotar e adaptar a tecnologia em suas vidas diárias e empreendimentos comerciais. Possibilitando-lhes assim uma vantagem em relação às mulheres que não são proativas o suficiente para aprender sobre tecnologia ou mesmo pensar em incorporá-la em seus empreendimentos

As empreendedoras do Quênia, por meio das TICs, conseguem reduzir as dificuldades na obtenção de crescimento de financiamento, ao fazerem uso de tecnologias potencializando os seus planos de negócios. Foi constatado, por exemplo, que no Quênia, as mulheres utilizam o *twitter* como fonte de recurso para pesquisa e comercialização, sobretudo, de anúncios em tempo real, sendo que a África do Sul e o Quênia foram considerados os maiores usuários do *twitter* no continente (UKPERE; SLABBERT; UKPERE, 2014).

Manocha *et al.* (2021), estudaram como o acesso e o uso das TICs impacta diferencialmente as taxas de empreendedorismo feminino e masculino, sintetizando os principais argumentos de trabalhos teóricos emergentes sobre o papel dos EEs na ação empreendedora com trabalhos relacionados ao empreendedorismo feminino e o papel das TIC na facilitação da ação empresarial.

O ramo de tecnologia engloba diversos setores do mercado, que estão se modificando constantemente. Desse modo, é essencial que a empresa possua conhecimentos diversificados, para que a solução seja ideal para cada tipo de problema. Por esse motivo é importante que o número de mulheres e homens seja semelhante ou equilibrado, uma empresa que é constituída apenas com a participação de um gênero, acaba tendo os mesmos resultados e se tornando homogênea (SOUZA, 2017).

Ge *et al.* (2022), perceberam que mesmo que existam construtos que abordam o empreendedorismo, o papel das tecnologias em negócios liderados por mulheres,

ficou escondido, mesmo compreendendo que essas investigações seriam pertinentes em momentos como o da pandemia que o mundo enfrentou.

Contudo, embora o segmento de tecnologia ainda seja predominantemente masculino, as mulheres têm feito a diferença. Cabe aqui, um breve relato de algumas mulheres que perpassam a história da tecnologia e dela deixaram seu legado: Ada Lovelace, por exemplo, foi a pioneira a desenvolver o primeiro algoritmo para ser processado em uma máquina. Por sua vez, Grace Hopper, trouxe sua tamanha contribuição ao desenvolver o primeiro *software* de computador. Além disso, Mary Kenneth Keller foi a pioneira na conquista do título de Pós-doutorado - PhD Ciência da Computação. Não poderia deixar de mencionar, Cristina Junqueira, a brasileira, co-fundadora da Nubank, que muito inspirou e representou muito bem todas as mulheres.

Essa breve passagem na história de algumas mulheres aqui representadas, trouxe à tona que, aspirações de incentivo, quebra de paradigmas, são importantes para cada vez mais, potencializar às mulheres, novas opções de oportunidades de desenvolvimento de carreira em altos cargos, como CEOs de gigantes empresas, visto que as mulheres ao serem inseridas em altos cargos de liderança em empresas de tecnologia, como por exemplo, a Microsoft Brasil, Pandora, Nubank (OXIGÊNIO ACELERADORA, 2021).

Da mesma forma, Joona (2017) contribui ao enfatizar que as mulheres devem ter as mesmas oportunidades que o sexo oposto, sem distinção.

Nunes (2016), explica que à medida que a programação e a engenharia de software ganham visibilidade e importância econômica, tornam-se evidentes os efeitos dos princípios da divisão sexual do trabalho. Segundo a professora do IME, Renata Wassermann, em 1970 a computação era tida como “coisa de menina”, visto que ninguém ainda tinha computadores pessoais, a única utilidade dos computadores era para processamento de dados e realização de cálculos. Essa atividade, por sua vez, ficava sob demanda do secretariado, em que a maioria que ocupava esse cargo, eram mulheres. Quando chegaram os computadores pessoais, tudo mudou, os computadores então serviam para jogar e fazer outras atividades que não demandam apenas o saber do cálculo e, sim, da tecnologia. Sendo assim, a sociedade definiu que jogos de computadores eram “coisas de meninos”, afastando as mulheres da tecnologia.

Alencar (2013), esclarece que, além da quantidade de homens que ingressaram em cursos superiores relacionados a TIC ser maior que a de mulheres, as que ingressam passam por dificuldades e preconceitos durante os cursos, tanto da parte dos discentes como dos docentes e dos familiares, parceiros e amigos.

O relatório *Women in Tech: the facts 2016*, publicado pelo NCWIT – National Center for Women & Information Technology dos Estados Unidos (ASHCRAFT; MCLAIN; EGER, 2016) indica que, em 2015, somente 25% dos cargos de computação ou relacionados, eram ocupados por mulheres, e, destes, a maioria era de etnia branca.

As mulheres ocupam posições menos técnicas, segundo o relatório *Women in Tech: the facts (2016)*, que são: gerentes de projetos, analista de negócios, analista de testes e recrutadora de TI. Já, os homens, preenchem cargos como: engenheiro de *software*, administrador de sistemas, gerente de projetos, gerente de tecnologia e desenvolvedor de aplicações. E, entre todas essas ocupações, a única que não exige profundamente, os saberes técnicos, é o cargo de gerente de projetos.

Sendo assim, a grande discussão sobre gênero levanta o questionamento da existência de poucas mulheres nas áreas de STEM, diferentemente do que acontece nas áreas de Humanas e Saúde, por exemplo.

Isso denota que, a área da tecnologia ainda necessita de muitos profissionais, principalmente, do sexo feminino, onde há maior predominância (DESIRRE, 2019).

Conforme Kusche; Ettl e García (2020, p. 1), “os campos de ciência, tecnologia, engenharia e matemática (STEM) são notadamente importantes para a inovação e o desenvolvimento tecnológico, que por sua vez são vistos como motores do crescimento social e econômico.

Soares (2021), estudou as causas da baixa presença feminina na STEM e concluiu que existem três principais causas: (1) a questão biológica; (2) a sociedade – que julga e direciona as pessoas para áreas de conhecimento consideradas femininas ou masculinas; e (3) os obstáculos existentes na carreira das mulheres, como a dupla jornada de trabalho. Observa-se que, a inclusão e a participação das mulheres como força de trabalho crescem de forma expressiva. Entretanto, áreas como a de C&T (Ciência e Tecnologia) ainda contam com uma baixa representatividade do gênero feminino, devido a obstáculos próprios do campo de trabalho que dificultam a sua presença, como também as barreiras no que tange os

aspectos socioculturais, como a discriminação do gênero numa área predominantemente masculina.

Conforme Teixeira e Bomfim (2016), os aspectos socioculturais influenciam ao empreender.

Para Matthewm (2012), há uma nova geração como 'os novos nômades globais', em que se deve estar atento quanto a como agem ou mesmo pensam os jovens do mercado mundial.

Machado (2012) destaca que as mulheres ao buscarem empreender em carreiras tipicamente masculinas, sofrem acentuada discriminação.

Carreira, Ajamil e Moreira (2001) *apud* GOMES (2005), discutiram o fato que apesar das mulheres estarem incluídas no mercado, elas ainda enfrentam obstáculos para se manterem nas organizações. Alguns dos pontos citados são: salários menores, dupla jornada de trabalho, deficiência nas políticas sociais, menor chance de capacitação e falta de voz nas tomadas de decisões.

Soares (2001) aponta outras duas propostas para esclarecer a falta da participação feminina nas áreas de Ciência e Tecnologia - C & T no âmbito acadêmico. A primeira seria a questão biológica, já contestada pela comunidade científica; a segunda seria voltada para as características da sociedade na comunidade que estão inseridas, que geram as próprias dificuldades existentes na carreira das mulheres.

Em pesquisa da Revelo (2020), considerando a área de tecnologia, mesmo no *marketing* digital, em que as mulheres são maioria, 57% dos cargos de liderança são ocupados por homens. Em TI e desenvolvimento essa diferença é ainda mais expressiva, respectivamente, 13% e 11% são mulheres, os homens ocupam cerca de 90% das posições de chefia.

Para fins desta dissertação, em que se busca analisar os motivadores e barreiras para mulheres empreendedoras no segmento de tecnologia, cabe destacar a pesquisa de Hinzmann (2020), conforme retrata a próxima seção.

2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO EM 04 DIMENSÕES

Tendo em vista as limitações que as mulheres ainda percorrem, principalmente em se tratando de carreira, Hinzmann (2020), realizou uma pesquisa na Alemanha, com o objetivo de “explicar as experiências e os impactos de mulheres empreendedoras e diferenças emergentes de gênero” (p. 7).

O autor fundamenta seu estudo baseado em autores como DeMartino e Barbato (2003), no seu artigo *Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators*, que explorou as diferenças motivacionais de empreendedores e concluiu que essas diferenças são maiores quando são casadas e, ao empreenderem possuem desejos como a autonomia, a flexibilidade para conciliar o trabalho e a família, além de buscar seu propósito de vida.

Também recorreu a Jennings e Brush (2013), Marlow e McAdam (2013), que trouxeram a visão de inferioridade das mulheres no âmbito do empreendedorismo, ambiente em que ainda prevalece o público masculino.

Dentre os trabalhos destacados por Hinzmann (2020), estão Fischer *et al.* (1993), Loscocco *et al.* (1991), que obtiveram como resultado, a falta de oportunidades de crescimento para as empreendedoras, dificuldade de acesso ao capital (humano, financeiro e social).

Jennings e McDougald (2007), pontuaram que as mulheres sofrem conflito para conciliar trabalho e família, considerando que, ainda são avaliadas por serem mães ou não.

Sendo assim, Hinzmann (2020), testou hipóteses focadas em 04 (quatro) dimensões: 1. educação e experiência, 2. acesso ao capital, 3. *networking* e 4. equilíbrio entre vida pessoal e profissional - para identificar os principais mecanismos, que determinam a eficácia do apoio às mulheres empresárias.

Segundo Ughetto *et al.* (2020), a literatura sobre empreendedorismo feminino está prosperando e aponta para os desafios que as mulheres enfrentam ao estabelecer e administrar um negócio, principalmente, no acesso à informação, financiamento e redes.

Amaral (2019) estudou o empoderamento feminino, ressaltando o enfrentamento de barreiras que as mulheres desencadeiam ao desenvolverem seus negócios, evidenciando assuntos como os conflitos trabalho-família, a maternidade, o acesso ao capital e a desigualdade de gênero.

Hinzmann (2020), foi motivado pela equidade de gênero, além da sub-representação do público feminino em empresas de alta tecnologia; portanto, avaliou a eficácia que as incubadoras e aceleradoras de negócios tinham para o apoio às empreendedoras de tecnologia. Com isso, constatou-se que tanto a aceleradora quanto a incubadora proporcionam suporte para as empreendedoras.

Neste sentido, Hinzmann (2020), buscou compreender se 1. a aceleradora ou a incubadora “compensa a falta de conhecimento ou experiência das mulheres?”; 2. “Estar em um desses programas facilita seu acesso ao capital”; 3. “O programa permite que as mulheres expandam suas redes e obtenham benefícios associados?” 4. “Isso intensifica as tensões entre atividades de inicialização e vida ou família?”.

Hinzmann (2020, p. 7), reconheceu que “a estrutura 5M para o empreendedorismo feminino é útil. Ele reconhece que o sucesso de mulheres empreendedoras depende de mercados (*market*), dinheiro (*money*) e gestão (*management*) e são mediadas pelo macro/mesoambiente (*macro and meso environment*) e maternidade (*maternity*)”.

Contribuindo, Robichaud; Cachon e McGraw (2019), identificaram que as empresas em que a fundadora é mulher, possuem capital para financiamento restrito, embora, conforme Ge *et al.* (2022, p. 1), “as mulheres empreendedoras inovam, iniciam, engajam e administram empresas para contribuir com o desenvolvimento doméstico”, sendo assim, “a inclusão financeira de mulheres microempreendedoras é importante e necessária para o desenvolvimento socioeconômico holístico de uma nação” (SONG *et al.* 2014, p. 167). Na visão de Filculescu (2016), as mulheres empreendedoras somam na economia, pois, propicia o bem-estar econômico e social mundial.

Desta forma, Ge *et al.* (2022, p. 7) sugerem que: “estimular o investimento de tempo das mulheres nas atividades de negócios, por meio da conscientização sobre a importância da experiência e conhecimento, relevantes para o sucesso de novos empreendimentos” é necessário.

Conforme Grilli (2005), as pessoas que possuem maior capital humano tendem a ser julgadas pelo lado empreendedor. A Fapesc (2022) é uma Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina e mais recentemente vem atuando primorosamente no estímulo ao empreendedorismo feminino. Assim como a Fapesc, a Caixa Econômica Federal, também tem atuado nas causas pertinentes ao empreendedorismo feminino, estimulando-as por meio de créditos e programas que visem fortalecer o espírito empreendedor (ESTADÃO CONTEÚDO, 2022; CAIXA, 2022).

Os empreendimentos considerados de alta tecnologia podem estar associados à operação em áreas de tecnologia novas, inovadoras e emergentes. “Os empreendimentos de alta tecnologia geralmente empregam tecnologia de tal forma

que leva a eficiências de custo ou maior criação de valor ou ambos” (JAISWAL, 2020, p. 47)

Vadnjaj *et al.* (2020), recorreram à Brush *et al.* (2009), para demonstrar o modelo 5M do empreendedorismo, o qual retrata que o empreendedorismo está alinhado à sociedade, baseado nos elementos de ‘mercado’ (*market*), ‘dinheiro’ (*money*), ‘gestão’ (*management*), essenciais para os negócios, que já fazia parte do modelo 3M, que incluíram no modelo 5M, a ‘maternidade’ (*maternity*) e o ‘meio ambiente’ (*macro and meso environment*), esses dois últimos, devido a maternidade está atrelada ao envolvimento da empreendedora com a sua vida familiar, que poderia demandar em impactos em sua atividade empreendedora. Por sua vez, o macro ambiente faz parte das normas sociais e a socialização e o mesoambiente, os aspectos relacionados à rede e *networking* e, o menor acesso ao capital de risco (*venture capital*) pelas mulheres.

Além disso, quando o assunto envolve capital de risco, para auxiliar no apoio inicial do negócio, as mulheres sentem ainda mais dificuldades do que os homens, como foi o caso do estudo de Morazzoni e Sy (2022), os quais identificaram que, no ano de 2018, as mulheres, nos EUA, receberam apenas 2,2% do total de financiamento inicial.

Dentre os resultados da pesquisa de Hinzmann (2020), constatou-se que, após investigação com 12 (doze) empreendedoras de negócios de tecnologia, que as mulheres quando recebem promoção ou ocupam um lugar de liderança, tendem a ter que justificar porque conseguiram tal cargo. As mulheres também são questionadas quanto ao seu nível intelectual, sobretudo, em carreiras que envolvam *STEM*, como as áreas de engenharia, tecnologia e gestão, contribuindo em insegurança e incertezas.

Dentro das perspectivas apresentadas, buscam-se respostas para:

- a. As mulheres fundadoras de *startups* possuem dificuldade devido ao gênero?
- b. Elas conhecem algum programa voltado, especificamente, para as mulheres na obtenção de capital? Se sim, receberam algum apoio financeiro?
- c. Elas participaram de algum programa de mentoria ao decidirem serem empreendedoras?
- d. Elas possuem experiência/conhecimento na área em que atuam?

Como Hinzmann (2020), efetuou a sua pesquisa com fundadoras de empresas de tecnologia, que passaram pelos programas de incubadora e de aceleradora,

acredita-se ser importante abordar esse assunto com empreendedoras de *startups*, em contexto diferente, como o brasileiro. Afinal, esta pesquisa aconteceu na Alemanha e apresentou muitas dificuldades para atuação das empreendedoras, abordadas em sua pesquisa.

De acordo com o Fórum Econômico Mundial (2022), a Alemanha é um dos países que está entre as 10 primeiras posições no *ranking* de igualdade de gênero, que considera inúmeros fatores, dentre eles, salário e representação política.

Como esta dissertação aborda as mulheres fundadoras de *startups*, o que se relaciona com programas de mentoria, incubação, pois a inovação está intrincada nestes empreendimentos, do segmento de tecnologia. É fundamental apresentar os arranjos estruturais (ambientes) característicos a este tipo de empreendimento, conforme o tópico a seguir.

2.5 AMBIENTES FAVORÁVEIS À INOVAÇÃO

A inovação está presente no dia a dia da sociedade e, “consiste em transformar novas ideias em soluções econômicas e sociais que sustentem o crescimento e o dinamismo de todas as economias” (MATOS, RADAELLI, 2020, p. 6), considerando o mundo volátil que se apresenta, diante da evolução tecnológica, os ambientes favoráveis para a inovação são necessários para que a economia avance, visto que, a inovação é a capacidade de se reinventar, de modificar ou de criar algo novo (SHUMPETER, 1934).

Diante das concepções apresentadas, os ambientes favoráveis na inovação, quais sejam os ecossistemas de inovação, dos quais integram aceleradora, *coworking*, incubadora, *startups*, trazem contribuições significativas para a sociedade, desde um incentivo ao empreendedorismo até a potencializar as verticais de negócios altamente competitivas (REDE CATARINENSE DE CENTROS DE INOVAÇÃO, 2022).

Na visão de Berger e Kuchertz, (2016, p. 5.163), “os ecossistemas são o modelo para a sociedade empreendedora, aumentar a proporção de mulheres fundadoras operando nesses ecossistemas de *startups*, o que levaria a elevar o nível de atividade empreendedora em toda a economia”.

Na visão de Pompermaier (2022, p. 34), “para uma *startup*, o mais relevante é definir um modelo de negócio para entender exatamente o seu posicionamento de mercado”.

Em 2020, por exemplo, Santa Catarina se tornou o terceiro estado mais produtivo no setor, encerrando com faturamento de R\$ 65,8 mil por colaborador por ano e a expectativa é promissora, baseada em uma pesquisa de mapeamento de vagas, projeta-se que sejam abertas cerca de 16,6 mil vagas até 2023, e consequentemente serão necessários talentos para atuarem no setor de tecnologia (OBSERVATÓRIO ACATE, 2021).

Ainda, conforme a Rede Catarinense de Centros de Inovação (2022, p. 1), o desenvolvimento de um ecossistema de inovação só é possível quando “se atraia ou forme pessoas com ideias, pessoas com talento (técnico, criativo e empreendedores) e pessoas com capital), visto que, “o conhecimento intangível das pessoas é o recurso mais valioso para o processo de inovação” (JACOBS; BUDREVICH, 2018, p. 2).

Neste sentido, Matos e Radaelli (2020), compreendem que, um ecossistema de empreendedorismo inovador deve estar integrado com capital, talento, cultura, densidade, ambiente regulatório, acesso a mercado e à diversidade e impacto, conforme é possível observar na Figura 3:

Figura 3 - Ecossistema de empreendedorismo inovador



Fonte: Adaptado de Matos e Radaelli (2020).

Conforme apresentado na Figura 3, Matos e Radaelli (2020), retratam que para que haja desenvolvimento de *startups*, é se necessário seguir um ciclo que perpassa pela busca de incentivo a capital, mão de obra qualificada e condizente com as capacidades técnicas, científicas e gerenciais; desenvolver a cultura empreendedora, ou seja, ter o espírito de liderança, ter ciência de que errar faz parte do processo, mas buscar soluções ágeis e inovadoras é essencial; incentivar a densidade de startups e dos ambientes de inovação, a título de exemplo, os espaços de *coworking*, as incubadoras, aceleradoras e os *hubs* de inovação; Fazer parte de um ambiente regulatório inovador, que propicie a criação de novos negócios atrelados aos novos modelos de negócios, em detrimento? Alinhamento com a transformação digital; Acesso a mercados que possibilitem escalar seus negócios, sobretudo, por meio de políticas públicas de incentivo à inovação. E, por fim, a diversidade e impacto que remete a ideia de que um ecossistema de empreendedorismo é uma junção de estratégia, redes de contato, possibilidades de avanço financeiro, novas percepções, ideias inovadoras.

2.5.1 Centros de inovação

Os centros de inovação são considerados “ambientes criados para promover e dar suporte ao empreendedorismo inovador, ajudando a criar e expandir negócios inovadores” (CENTROS DE INOVAÇÃO, 2022, p. 1).

A Figura 4 apresenta de forma ilustrativa, a missão dos Centros de Inovação.

Figura 4 – Centros de Inovação



Fonte: Centros de Inovação, (2022, p. 28).

Conforme é possível observar na Figura 4, os centros de inovação têm como missão ativar o Ecosistema de Inovação, criar cultura inovadora e empreendedora e gerar e escalar negócios inovadores (CENTROS DE INOVAÇÃO, 2022). Nesses ambientes de inovação, a Tríplice Hélice se faz presente, dos quais fazem parte a Universidade, Indústria e Governo (ETZKOWITZ; ZHOU, 2017).

2.5.2 Startups

O conceito de *startups* pode ser definido como uma catalisadora que transforma ideias em produtos e está intimamente ligada com o conceito de empresas nascentes que estão à procura de mercado para o seu produto inovador, inseridas em um contexto de incerteza (TORRES; SOUZA, 2016).

Da mesma forma, a definição de *startup* é:

[...] uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema real. Oferece uma solução escalável para o mercado e, para isso, usa tecnologia como ferramenta principal. (ABSTARTUPS_a, 2022, p. 1).

Conforme Berger e Kuchertz (2016, p. 5161), “os ecossistemas de *startups* têm um impacto positivo na criação de novos negócios e em toda a economia”.

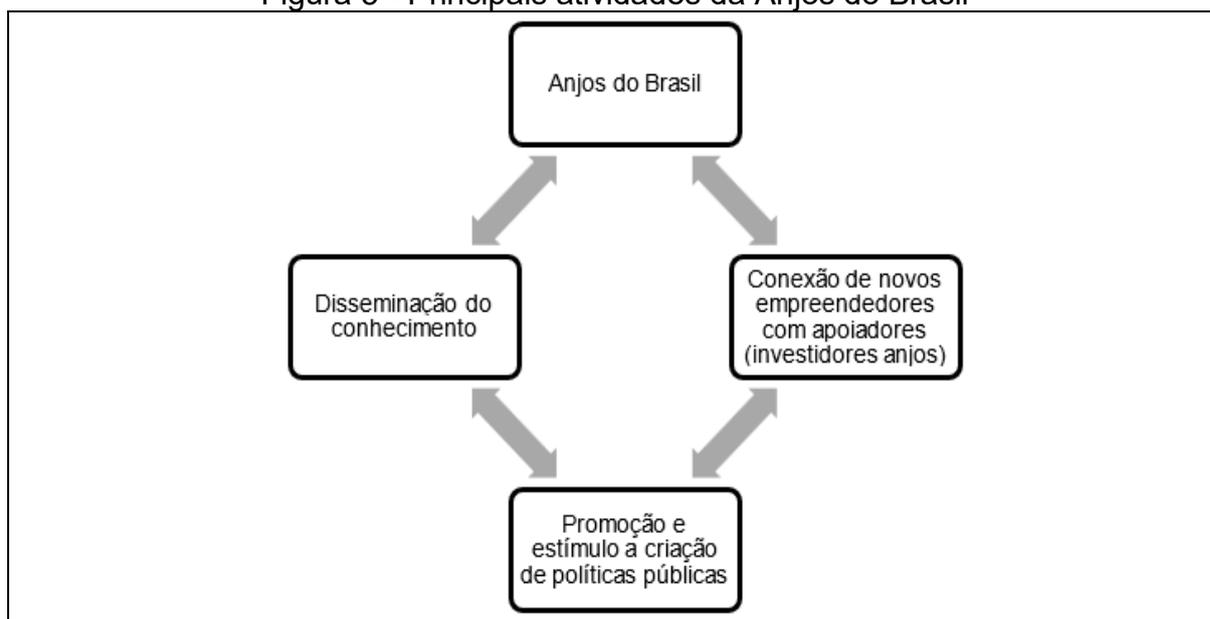
Em contrapartida, o acesso à capital é um dos enfrentamentos de barreiras nos ambientes de tecnologia, sendo assim, a Rede Anjos do Brasil – RIA em parceria com a ACATE, a RIA surgiu com a finalidade de se tornar possível o ecossistema de inovação, conectando potenciais *startups* inovadoras, que porventura, necessitam de recursos de investidores (ACATE, 2022).

A partir dessa premissa, a Anjos do Brasil (2022a), tem como missão:

Fomentar o empreendedorismo brasileiro, através da disseminação de conhecimento, conexão de apoiadores (investidores anjos) a novos empreendedores e promoção de políticas públicas para incentivo e estímulo ao desenvolvimento econômico social do Brasil.

Na Figura 5 é possível identificar as principais atividades atribuídas à Anjos do Brasil:

Figura 5 - Principais atividades da Anjos do Brasil



Fonte: Adaptado de Anos do Brasil (2022).

De acordo com Startupbase (2022), o ecossistema brasileiro de inovação possui atualmente, 22.262 *startups*, distribuídas em 783 cidades, das quais fazem parte, 6.297 membros da startupbase em 78 comunidades.

2.5.3 Aceleradora

As aceleradoras são organizações que auxiliam as *startups* a definirem seus produtos iniciais, além de identificar potenciais clientes e segurar recursos, como de funcionários e capital. Geralmente, as aceleradoras disponibilizam uma parte de capital semente e um espaço de trabalho, em troca de sua participação como acionária na startup.

2.5.4 Incubadora

A incubadora pode ser entendida como organizações que promovem negócios inovadores, incentivando as *startups* no seu processo de nascimento e crescimento do seu empreendimento, oferecendo condições que possibilitem transformar ideias em negócios de sucesso, instigando a sobrevivência do negócio, sobretudo nos estágios iniciais. Assim como as aceleradoras, as incubadoras também disponibilizam de espaço, mentoria, possibilita a expansão da rede de contatos (ANPROTEC, 2022; DE FRANÇA BARBOSA; HOFFMANN 2000; JACOBS; BUDREVICH, 2018), ou seja, disponibilizando suporte operacional e estratégico (BOSCO; MAZZUCHELLI; CHIERICI; GREGÓRIO, 2019).

Para maior entendimento sobre os principais serviços prestados por empresas incubadas, Dornelas (2002), assim descreve:

Possibilitar ao empreendedor o desenvolvimento de uma rede de contatos, sempre encorajado pelo gerente da incubadora.

Prover assistência técnica e gerencial aos incubados por intermédio de especialistas que trabalhem na própria incubadora ou via profissionais capacitados da comunidade.

Auxiliar o empreendedor a conseguir financiamento para seu empreendimento, desde a elaboração do plano de negócios até a negociação com os investidores.

Oferecer uma série de serviços aos incubados e também àquelas empresas filiadas à incubadora, mas não residentes. (DORNELAS, 2002, p. 16).

As incubadoras oferecem diversas atividades que apoiam os empreendedores em estágio inicial. São desenvolvidas redes de contato, os incubados recebem treinamento por meio de mentorias que atuam diretamente na formação necessária para a estruturação de um negócio, além disso, os incubados tem à disposição, espaço para fomentar o empreendedorismo e a qualificação técnica e gerencial, que auxiliam na elaboração de planos de negócios, bem como, possíveis investidores (REDE CATARINENSE DE CENTROS DE INOVAÇÃO, 2022).

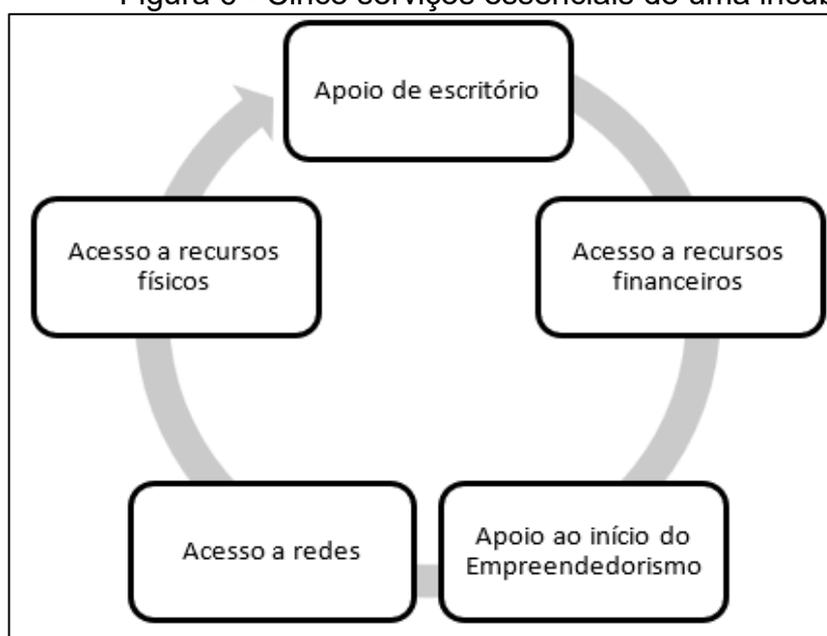
De acordo com a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores – ANPROTEC:

Uma incubadora em operação precisa ter apoiado empreendimentos do início ao fim do ciclo da incubação, ou seja, realizar o processo de seleção das empresas, dar suporte durante o período de incubação, monitorar sua evolução até a graduação, e acompanhar o desempenho do mercado. (ANPROTEC, 2022, p. 1).

Dentro dessa perspectiva, Carayannis e Zedtwitz (2005), elaboraram uma pesquisa que, primeiro relacionou a teoria e a prática da integração econômica internacional e o segundo foi o meio de incubação como economia e desenvolvimento industrial” (p. 2). Sendo assim, os autores identificaram cinco serviços essenciais de uma incubadora:

Na Figura 6, são demonstrados alguns principais serviços de uma incubadora.

Figura 6 - Cinco serviços essenciais de uma incubadora



Fonte: Adaptado de Carayannis e Zedtwitz (2005)

Conforme a Figura 6, Carayannis e Zedwitz (2005), identificaram em sua pesquisa os cinco serviços essenciais de uma incubadora. No artigo, eles relatam que o acesso a recursos físicos está atrelado a infraestrutura do ambiente da incubadora, possibilitando salas confortáveis, com segurança, computador com internet.

Em relação ao apoio de escritório, os autores ressaltam que não basta apenas ter um local adequado, aqui, eles mencionam que é necessário ter uma equipe eficiente desde a recepção da empresa, contabilidade, suporte de correio, TI, garantindo aos empresários, a otimização de tempo. Por outro lado, quando há ineficiência nesses processos, ocorrem muitos obstáculos para o empreendedor.

Em se tratando de acesso a recursos financeiros, os autores ressaltam que, as incubadoras também oferecem apoio por meio de capital de risco, *business angels* entre outras empresas locais. Conforme Aernoudt e José (2020, p. 6), “o mercado de *business angels* é fundamental para as mulheres empreendedoras. Equipes totalmente femininas têm mais sucesso com anjos do que com VCs de estágio inicial e posterior”. Ou seja, no estágio inicial, os clientes e potenciais clientes tendem a ser consultados pelo negócio e também do desenvolvimento e melhorias de solução (COUTO, 2022).

Já, em relação ao apoio no início do empreendimento, aqui cabe salientar que, muito embora os entusiastas a empreender possam ter facilidade com a tecnologia e serem visionários, nem sempre tem habilidades organizacionais necessárias para gerir o negócio, sendo assim, as incubadoras orientam os empreendedores na mentoria jurídica, contabilidade e muitas vezes, até no desenvolvimento do seu plano de negócios.

Por fim, o acesso a redes é outro serviço essencial da incubadora, considerando o entusiasta a empreender muitas das vezes não detém de grandes redes de contato e, a partir da incubadora é possível expandir a rede e começar a conexão com grandes empresários, investidores, profissionais do seu segmento e afins.

No próximo capítulo serão apresentados os Procedimentos Metodológicos desta dissertação.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos norteadores desta dissertação, necessários para alcançar os objetivos propostos. Logo, descreve-se a Caracterização da Pesquisa, os Procedimentos para Coleta de Dados, bem como, as limitações da pesquisa.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Heerdt e Leonel (2006, p. 61), afirmam que “pesquisa é um processo de investigação que se interessa em descobrir as relações existentes entre os aspectos que envolvem os fatos, fenômenos, situações ou coisas”. Corroborando, Andrade (2010, p. 109), diz que: “Pesquisa é o conjunto de procedimentos sistemáticos, baseado no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para problemas propostos, mediante a utilização de métodos científicos”.

Em relação à **natureza da pesquisa**, caracteriza-se como *aplicada*, tendo como objetivo, a resolução de um problema, através da aplicação do conhecimento gerado na pesquisa básica e dirigido à solução de problemas específicos (FREIRE, 2013). Neste caso, analisar os desafios junto às empreendedoras do segmento de tecnologia.

Referente à **abordagem**, esta é uma pesquisa qualitativa, que é percebida por meio da compreensão de um grupo social para obter o entendimento da totalidade do fenômeno (GIL, 2007). Nesta abordagem, os elementos estudados são os discursos, resultado da aplicação de entrevistas e seus instrumentos são a análise e a interpretação da linguagem.

Esta pesquisa, tem uma parcela quantitativa no tratamento dos dados dos questionários aplicados com as empreendedoras de empresas de tecnologia, gerando – como apresentação de resultados – percentuais e gráficos. Contudo, não é inerentemente quantitativa, pelo fato de os resultados não representarem o universo da pesquisa; ou seja, as empreendedoras entrevistadas foram selecionadas por conveniência, não sendo uma amostra representativa do universo de empreendedoras de Santa Catarina ou ainda, do Brasil.

Na perspectiva qualitativa é necessário compreender e aprofundar o conhecimento sobre os fenômenos desde a percepção dos participantes ante um

contexto natural e relacional da realidade que os circunda, baseado em suas experiências, opiniões e significados, para exprimir suas subjetividades (SAMPIERI, COLLADO; LÚCIO, 2013; MINAYO, 2014).

A análise qualitativa está relacionada a fatores, como a natureza dos dados levantados, quais são os instrumentos de investigação e os pressupostos teóricos, que orientaram a pesquisa. Pode-se definir esse processo como uma sequência de atividades, que envolve a classificação dos dados, sua interpretação e redação do relatório (GIL, 2008).

Para realização do estudo, como **procedimentos técnicos**, foram feitos a *pesquisa bibliográfica* (buscas *exploratórias e de forma sistemática* em bases de dados que indexam artigos científicos), formada principalmente de livros e artigos científicos (GIL, 2008). Além da análise *documental*, pela consulta de empreendedorismo, dentre eles o GEM (GEM, 2019).

Conforme os **objetivos** desta dissertação, esta pesquisa é caracterizada como *exploratória*: “tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (GIL, 2010, p. 27), e tendo como foco o aperfeiçoamento de ideias, possibilitando descobertas do fato estudado, o que demanda o levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema estudado e ainda, análise de exemplos que estimulem a compreensão do fenômeno. Enfim, a pesquisa exploratória busca maior compreensão sobre o tema estudado, tornando-o mais explícito.

Também é uma pesquisa *descritiva*, tendo como foco a descrição das características de um determinado grupo e sua relação com o fenômeno em estudo (GIL, 2002). Sendo assim, descreve as características do empreendedorismo feminino em empresas de tecnologia, delimitando o público a ser pesquisado ‘mulheres empreendedoras, fundadoras de empresas de tecnologia’ e utiliza como técnica de pesquisa o questionário para coleta de dados, bem como a entrevista (GIL, 2002).

O Quadro 3 apresenta a classificação da pesquisa desenvolvida nesta dissertação:

Quadro 3 - Classificação da Pesquisa

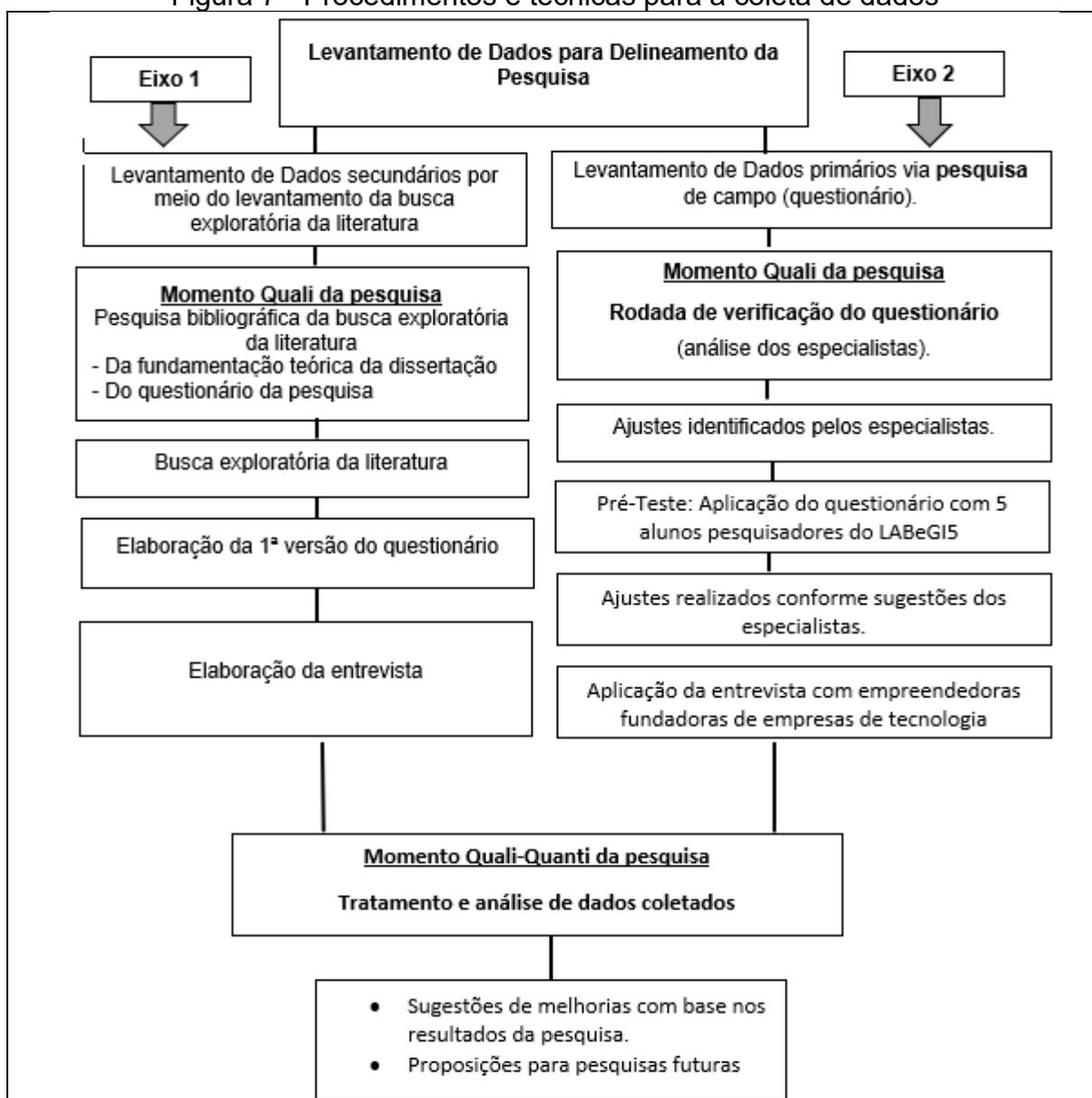
Quanto à Natureza	Aplicada
Quanto à Abordagem do Problema	Qualitativa
Quanto aos Objetivos	Exploratória, Descritiva, Bibliográfica, e Documental
Quanto aos Procedimentos Técnicos	Busca Exploratória e Sistemática de Literatura

Fonte: Da autora, (2022).

3.2 ETAPAS DA PESQUISA

Pode-se considerar que o delineamento metodológico da pesquisa, nesta dissertação, apresenta 02 eixos, conforme apresentado na Figura 7.

Figura 7 - Procedimentos e técnicas para a coleta de dados



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

O **eixo 1** trata do levantamento da literatura, inerente a qualquer pesquisa científica, em que se buscou o respaldo da literatura da área para verificar os conceitos e evolução do tema em estudo, bem como a investigação de instrumentos de pesquisa (questionário) e entrevista, para levantamento da pesquisa.

O levantamento de dados secundários, envolveu a busca exploratória da literatura, para dar embasamento à fundamentação teórica. Foram utilizados artigos científicos retirados das plataformas *Scopus* e *Google Acadêmico*, dissertações e teses do Repositório Institucional da UFSC e livros. Com base na fundamentação teórica o questionário da pesquisa foi construído; contudo, algumas questões complementares foram acrescentadas, necessidade identificada na etapa de pré-teste.

Na pesquisa com critérios sistemáticos, foram definidas palavras-chave, que mais se aproximavam do tema. Tendo como principal achado, o trabalho intitulado: '*Supporting high-tech female entrepreneurs through incubators and accelerators: na evaluative study*', de Hinzmann (2020), crucial para o embasamento da construção do questionário desta dissertação. Tendo também, sido utilizado na fundamentação teórica, contribuindo na descrição das dimensões: 'Acesso à capital'; 'Educação e Experiência', '*Networking*'; 'Equilíbrio Trabalho-Família', buscando compreender tais aspectos junto à atuação das empreendedoras, de negócios de tecnologia.

Portanto, a partir dessa pesquisa, será possível ter um "olhar" direcionado às dimensões abordadas por Hinzmann (2020).

No **eixo 2**, é apresentado o levantamento de dados primários, que compreendeu a pesquisa de campo, atuando primeiramente, nas etapas de avaliação do instrumento, com pré-teste do questionário junto ao grupo de alunos/pesquisadores do LABeGIS - Laboratório de Gestão, Inovação e Sustentabilidade, coordenado pela professora, orientadora desta dissertação.

O pré-teste contou com a participação de 05 (cinco) integrantes do LABeGIS, a interação ocorreu via *WhatsApp* do grupo, em que os participantes – a partir da versão do questionário, disponibilizada no *google forms* – fizeram sugestões de melhoria, durante o período de 10 a 16 de junho de 2022. Ocorreu inclusive, a rodada com especialistas (02 professores doutores), que sugeriram novas adequações, também a partir do *google forms*, com interação pelo *WhatsApp* (em 20 de junho de 2022).

Afinal, conforme Gil (2010), os instrumentos só podem ser validados, a partir do momento em que passam pelo pré-teste.

Conforme já mencionado, Hinzmann (2020), foi a principal base para a elaboração do questionário desta dissertação. Este autor, buscou analisar os principais desafios que as mulheres empreendedoras enfrentavam e como alguns programas de incubação e aceleração, apoiavam ou não, essas mulheres. Tais desafios foram separados em 04 (quatro) dimensões: Acesso à capital; Educação e Experiência, *Networking*, Equilíbrio Trabalho-Família.

Sendo assim, após análise da literatura, etapas de pré-teste, a autora desta dissertação e sua professora orientadora, definiram o questionário, na versão para aplicação com as empreendedoras (Apêndice A), resultando em 38 (trinta e oito) questões, divididas em 10 (dez) sessões.

De forma complementar, foram realizadas entrevistas com 03 (três) empreendedoras do segmento de tecnologia de Santa Catarina, tendo como objetivo, buscar uma maior aproximação, quanto à percepção das entrevistadas, principais *drivers* e dificuldades enfrentadas. Esta etapa aconteceu de 14 a 16 de julho de 2022, destacando-se que foram feitas perguntas abertas, em entrevistas online (*Google Meet*), com transcrição das respostas para posterior tratamento de dados com o uso de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), definindo unidade de contexto e unidade de registro, para assim apresentar - no capítulo de Resultados e discussão - as análises por meio de nuvens de palavras-chave.

A análise de conteúdo se caracterizou como *a posteriori*, pois requer da comunicação emitida pelo entrevistado a “transcrição escrita da palavra verbal e manipulações várias” (BARDIN, 2011, p. 48). Assim, procedeu-se à definição de indicadores de natureza semântica, e o registro da frequência dos temas relativos à pesquisa. Portanto, as unidades de registro não foram definidas previamente, tendo sido construídas, após as entrevistas com as 03 (três) empreendedoras.

As entrevistas foram conduzidas, principalmente, abordando a percepção dessas empreendedoras, se haviam enfrentado barreiras para empreender neste segmento e, se sim, quais nuances gostariam de enfatizar. Contudo, também foram questionadas quanto às facilidades, que poderiam ter obtido, buscando assim, extrapolar o senso comum, que é o da fragilidade das mulheres.

Afinal, como já mencionado, utilizou-se da pesquisa exploratória que, segundo Gil (2010), proporciona maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito

e, como destacam Prodanov e Freitas (2013), possui um planejamento flexível, permitindo o estudo sob diversos prismas, considerando os mais variados aspectos relativos ao fenômeno estudado. A coleta de dados pode ocorrer de inúmeras formas, dentre elas, o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências sobre o assunto e análise de exemplos que estimulem a compreensão do assunto.

Dessa forma, há dois momentos centrais no levantamento de dados primários: a aplicação do questionário via *google forms*, com a maioria das perguntas fechadas e, um segundo momento, em que foram entrevistadas 03 (três) empreendedoras do segmento de tecnologia, com vistas a obter maior profundidades em relação ao tema estudado, complementando o que se havia obtido com o questionário.

A aplicação desses instrumentos de coleta de dados é detalhada no tópico a seguir.

3.3 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS

Das 10 sessões do questionário, a primeira apresentou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), juntamente com a pergunta se a empreendedora concordava em participar da pesquisa.

As demais sessões foram construídas, principalmente, com base em Hinzmann (2020), abordando: 2. Informações básicas (perfil das respondentes); 3. Programa de mentoria/pré-incubação; 4. Informações e experiências do programa de mentoria/pré-incubação, 5. *Networking*; 6. Educação e Experiência; 7. Acesso à Capital; 8. Dificuldade para captação de recursos; 9. Equilíbrio trabalho-família; 10. Encerramento.

Como o interesse da pesquisa foi analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de fundadoras de *startups*, principais *drivers* e dificuldades, primeiramente, a autora buscou empreendedoras com perfil para pesquisa, com base no *site* da Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE, 2022), considerando que até aquele momento, esta associação atuava em 04 (quatro) grupos temáticos: 1. Internacionalização, 2. Investimento, 3. RIA – Rede de Investidores Anjo e 4. Mulheres ACATE.

O levantamento da pesquisa (questionário do *google forms*) não se limitou a apenas a uma região e, embora tenha alcançado 19 respostas, foi interessante o olhar

de algumas empreendedoras de outros Estados (02 de São Paulo e 01 do Espírito Santo). Tal levantamento ocorreu de 26 de junho a 08 de julho de 2022

De forma complementar, foram realizadas entrevistas com 03 (três) empreendedoras do segmento de tecnologia, tendo como objetivo, buscar mais aproximação quanto à percepção das entrevistadas, principais *drivers* e dificuldades enfrentadas, com a seguinte distribuição:

- a) 01 (uma) empreendedora fundadora de empresa de tecnologia pertencente ao Programa Mulheres Acate;
- b) 01 (uma) empreendedora fundadora de empresa de tecnologia, via contato obtido pelo *Instagram*, pelo grupo “Mulheres na TI”;
- c) 01 (uma) empreendedora fundadora de empresa de tecnologia, via contato obtido pelo diretor de inovação de uma universidade comunitária.

As questões do roteiro foram elaboradas em julho de 2022, pela autora desta dissertação e pela professora orientadora.

Esta etapa aconteceu de 14 a 16 de julho de 2022, destacando-se que foram feitas perguntas abertas, em entrevista online (*Google Meet*), com transcrição das respostas para posterior tratamento de dados com o uso de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), definindo-se unidade de contexto e unidade de registro, para assim apresentar - no capítulo de Análise e discussão.

A aplicação de cada entrevista teve duração média de 30 minutos e foram conduzidas, principalmente, abordando a percepção dessas empreendedoras quanto se haviam enfrentados barreiras para empreender neste segmento e, se sim, quais características destas dificuldades. Contudo, também foram questionadas quanto a facilidades, que poderiam ter obtido, buscando assim, extrapolar o senso comum, que é o da fragilidade das mulheres.

3.3.1 Fontes de coleta de dados

A professora orientadora participou do evento da ACATE Mulher – na ACATE, localizada à Rod. SC 401, 4.100, Km 4, Saco Grande, Florianópolis, em 23 de junho de 2022, estabelecendo contato com empreendedoras de tecnologia. A partir disso, a autora dessa dissertação, contactou colaboradora da ACATE, que encaminhou o questionário para o grupo Mulheres ACATE. A partir de então, a interação para preenchimento do questionário ocorreu via *WhatsApp*.

O grupo “Mulheres ACATE surgiu em 2018, e “tem como propósito fortalecer o protagonismo feminino no universo tech e, assim, transformar a cultura empreendedora, impactando o nosso ecossistema e o tornando mais igualitário, justo, criativo, inovador e diverso” (ACATE, 2022).

A ACATE, surgiu em 1986, com o intuito de atuar no desenvolvimento do setor de tecnologia de Santa Catarina (ACATE, 2022).

Conforme Observatório ACATE (2021), esta associação tem por missão:

[...] promover a união e a integração do ecossistema de tecnologia catarinense, e de trazer sustentabilidade financeira e serviços de alto valor para seus associados. Para isso, trabalhamos fortemente junto a diversos atores do ecossistema, sempre buscando atuar de forma inovadora e transformadora frente às adversidades. (ACATE, 2021, p. 7).

Além da ACATE, o questionário foi enviado para o Cocreation Lab Mulher, visto que, “é um laboratório de ideação que visa desenvolver o empreendedorismo e transformar ideias em negócios” (COCREATION LAB, 2022).

O Cocreation Lab potencializa o desenvolvimento de negócios para pessoas que tem uma ideia e pretende tirá-la do papel e necessitam de mentoria para desenvolverem melhor suas ideias. “Por meio de editais que selecionam projetos nas áreas de Tecnologia, *Design*, Artes, Turismo e Gastronomia”, na qual passam por incubação durante cinco meses, no intuito de auxiliar na validação de modelos de negócios (COCREATION LAB, 2022).

Também foi feita uma pesquisa no *site* da Associação Brasileira de *Startups* – ABSTARTUPS^b (2022) com a finalidade de buscar outras fundadoras de empresas de tecnologia.

A ABSTARTUPS existe para construir o ambiente ideal para as startups transformarem o país. Nós inspiramos, capacitamos, conectamos e advogamos pelas startups, porque acreditamos no papel da inovação como motor de transformação positiva para o país”.

Por meio da página da ABSTARTUPS, foi possível entrar na página da Startup Base, que tem a possibilidade de utilizar filtros por segmento ou região, por exemplo, sendo possível estabelecer contato com empreendedoras de tecnologia.

Ainda assim, foram utilizadas as redes sociais “*instagram*” e “*linkedin*”, pretendendo alcançar o maior número possível de respondentes. Neste sentido, as

buscas aconteceram a partir de pesquisas, por grupos “mulheres na TI”, “mulheres na tecnologia”, “mulheres empreendedoras”, “empreendedores de tecnologia”.

Em 2009, a ACATE criou o programa Verticais de Negócios ACATE, com o intuito de desenvolver *networking*, projetos e conexões, gerando experiências em novas oportunidades de negócios no ecossistema (ACATE, 2022).

As verticais de negócios da ACATE são:

- Agtech
- Construtech
- Educação
- Energia
- Fintech
- Manufatura 4.0
- Saúde
- Security Tech
- Smart Cities
- Varejo

Aqui, considerou-se interessante e informativo, abordar essas verticais de negócios, conforme segue, pois estão relacionadas com as empreendedoras entrevistadas e suas empresas.

As Agtechs são também chamadas de agrotechs, e tem o pressuposto de oferecer sistemas que favorecem a gestão e a produtividade de propriedades rurais, além de aumentar o controle de qualidade, também apoiam produtores no intuito de tentar levar a inovação e a tecnologia no campo, em seus negócios (ACATE, 2022)

A Construtech é um tipo de vertical de negócio que alia tecnologia na construção civil.

A vertical de negócio Educação, são empresas que atuam com tecnologia no ramo da educação, principalmente, por meio de plataformas de ensino, contando com empresas que desenvolvem soluções inovadoras para instituições de ensino, indústria e demais empresas.

Já, a vertical de Energia, buscam soluções inovadoras no intuito de melhorarem a produtividade, redução de custos e a análise de dados para clientes, distribuidoras e afins, envolvendo o setor de tecnologia.

A vertical de Negócio *Fintech*, basicamente são empresas de tecnologia voltadas para o setor financeiro, no intuito de buscar desenvolver soluções inovadoras, para o mercado de pagamentos, bancário e a gestão do dinheiro.

As empresas cuja vertical de negócio é a Manufatura 4.0, atuam com sistemas de gestão, automação e controle, rastreabilidade, controle de produção e tecnologias.

A vertical de Saúde, atua levando soluções inovadoras no segmento de saúde, visando as melhores práticas em *IoT*⁴, *business intelligence*, *big data* e *analytics*, primando pela medicina preventiva, bem como, o aprimoramento de sistemas de gestão, contendo informações médicas e indicadores voltados para a gestão de saúde, biotecnologia e nanotecnologia.

A *security tech*, como o nome retrata, são empresas voltadas para soluções inovadoras e tecnológicas para segurança patrimonial, pública e cibernética.

As empresas cuja vertical de negócios são *Smart Cities*, tem o intuito de desenvolver cidades inteligentes, mais dinâmicas e sustentáveis, aliando a tecnologia e buscando o desenvolvimento de soluções inovadoras.

Já, a vertical de negócios de varejo, tem o intuito de aproximar lojistas, *startups* e grandes empresas de tecnologia, visando a aceleração do setor, ou seja, unindo o varejo com empresas de tecnologia, contribuindo também em novas oportunidades de mercado.

Os associados das verticais de negócios da ACATE, participam de reuniões que visam melhorias no seu grupo, bem como, tem a oportunidade de instigar o *networking*, trocar experiências, participar de rodadas de negócios.

Das 19 respondentes: 02 pertencem ao Cocreation Lab Mulher, 03 ao Mulheres ACATE, 05 são associadas à ABSTARTUPS e 09 são de contatos do *instagram*, *linkedin* e de gerentes de eventos de inovação, como por exemplo, o *SW Weekend*.

Sendo assim, conclui-se a descrição de associações, que congregam mulheres empreendedoras de tecnologia, as quais foram contatadas para responder ao questionário desta pesquisa.

Uma das questões do instrumento de coleta de dados tem como objetivo identificar a vertical de negócios de que a empreendedora faz parte. Portanto, esta classificação auxilia na compreensão do perfil das respondentes.

3.4 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

⁴ Acrônimo para designar Internet das Coisas.

Os fatores limitadores desse estudo se restringem à delimitação do universo da pesquisa, que apesar de contatado 03 (três) associações, que congregam mulheres empreendedoras, foram obtidas apenas 19 (dezenove) respostas.

Contudo, Hinzmann (2020), principal embasamento para condução da pesquisa desta dissertação, investigou - conforme já mencionado - apenas 12 (doze) empreendedoras de negócios de tecnologia na Alemanha, tendo obtido resultados relevantes para o campo do empreendedorismo feminino.

Dessa forma, em busca de melhor compreensão dos resultados obtidos via questionário, acrescentou-se à análise com entrevistas a mulheres empreendedoras no segmento de tecnologia, tidas como líderes em sua região.

3.5 PROCEDIMENTOS PARA O TRATAMENTO DE DADOS

Para realizar o tratamento dos dados da pesquisa, foi realizada uma busca sistemática da literatura (BSL) em 04 (quatro) bases de dados: *Compendex*, *Scielo*, *Scopus* e *Web of Science*.

Portanto, foi utilizado o método *Systematic Search Flow* (SSF), o qual tem por finalidade sistematizar o processo de busca à base de dados científicas, com o propósito de garantir a repetibilidade (FERENHOF; FERNANDES, 2016).

Também foi utilizado o *google forms*, para enviar os questionários para as respondentes, possuindo a facilidade de já apresentar percentuais e gráficos, conforme a obtenção das respostas.

Além disso, para complementação das respostas obtidas no questionário do *google forms*, foi feita entrevista com 03 empreendedoras do setor de tecnologia, buscando maior riqueza das informações, a partir dos relatos em profundidade, que a técnica de entrevista possibilita.

Dessa forma, os resultados passaram pela análise de conteúdo, com base em Bardin (2011), em que os depoimentos foram classificados por Unidade de Conteúdo e Unidade de Registro, para apresentação dos resultados. Trata-se de uma abordagem qualitativa, por meio de questões abertas, as respostas obtidas junto às empreendedoras foram gravadas e transcritas, o que permitiu a codificação dos dados, de cada um dos entrevistados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta os resultados obtidos com a aplicação do questionário da pesquisa junto às empreendedoras, fundadoras de empresas do segmento de tecnologia (tópico 4.1), bem como os resultados da entrevista aplicada a algumas empreendedoras, com vistas a obter maior profundidade com o fenômeno em estudo (tópico 4.2).

O questionário foi disponibilizado via *Google Forms*, no período de 26 de junho a 08 de julho de 2022, cujo objetivo foi coletar dados suficientes, que respondessem ao problema da pesquisa.

Assim, obteve-se 19 (dezenove) respostas de empreendedoras, fundadoras de empresas de tecnologia. As entrevistas foram feitas com 03 (três) empreendedoras, semiestruturada com perguntas abertas, de forma *online*, com uso do *Google Meet*, com transcrição das respostas, para posterior tratamento de dados via análise de conteúdo (BARDIN, 2011). Estes momentos de levantamento de dados primários se conectam à busca exploratória da literatura, com critérios sistemáticos, apresentada no capítulo da Fundamentação Teórica.

Inicialmente, para melhor entendimento, a análise de dados está dividida em etapas, conforme as subseções do questionário, tendo como base Hinzmann (2020).

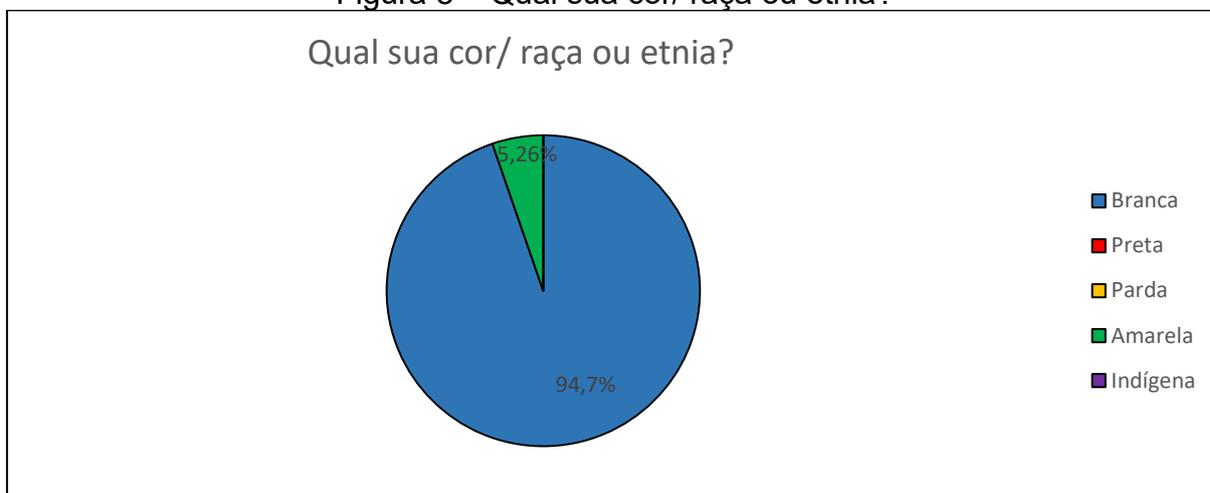
4.1 RESULTADOS: QUESTIONÁRIO COM FUNDADORAS DE STARTUPS

Iniciando o questionário, todas respondentes foram informadas da preservação da sua identidade nesta pesquisa, garantindo o anonimato, respeitando o TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Portanto, inicialmente, perguntou-se: *Você aceita participar dessa pesquisa?*

Conforme o Quadro 2, já apresentado no capítulo 3, de Procedimentos metodológicos desta dissertação, as questões de 1 a 5 são relativas ao perfil da respondente e as questões 07 a 27 buscam responder ao problema de pesquisa em si, a maioria formuladas com base em Hinzmann (2020), que considerou 04 (quatro) dimensões para analisar as características das mulheres empreendedoras, sendo elas: 1. Educação e Experiência, 2. Acesso ao Capital, 3. *Networking*, 4. Equilíbrio trabalho-família. No questionário, ainda há 06 (seis) questões abertas sobre as principais barreiras e dificuldades dessas mulheres para empreender.

A Figura 8 demonstra que 94,7% das respondentes, declararam-se da etnia branca e 5%, amarela. O que poderia inferir que a parcela de mulheres negras, pardas ou indígenas nas áreas que envolvem tecnologia, não se fizeram representar.

Figura 8 – Qual sua cor/ raça ou etnia?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

Por exemplo, no Brasil, as pesquisas que abordam o empreendedorismo negro entre homens e mulheres são insipientes. Gibbs (2014), coloca que nos Estados Unidos é possível identificar que as empreendedoras negras estão em desvantagem em relação aos empreendedores de mesma etnia, tanto em receitas geradas, vendas médias como em número de funcionários, em seus empreendimentos.

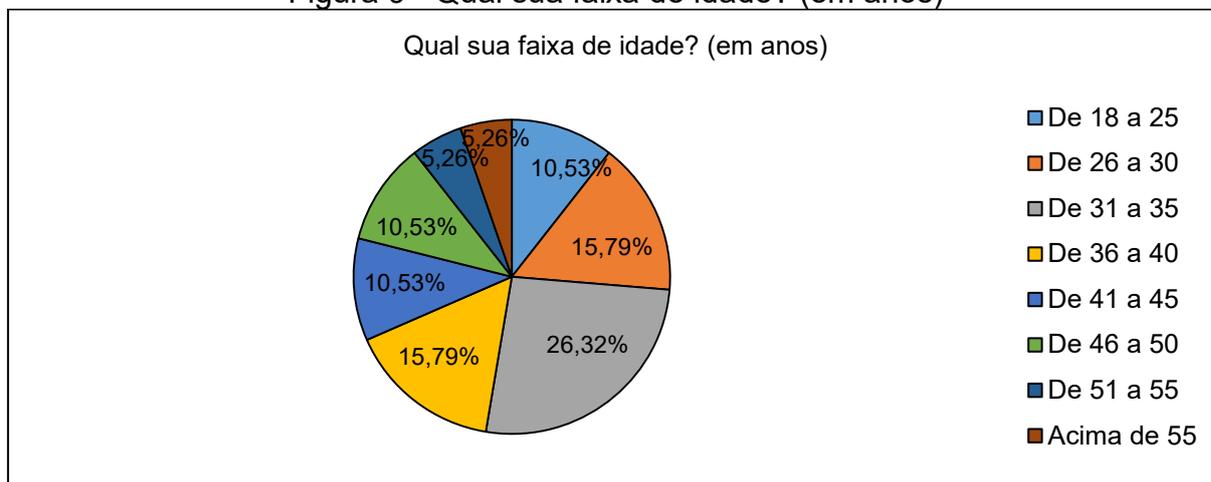
Uma das fontes no Brasil, que indica é o levantamento divulgado pelo SEBRAE em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, de agosto de 2020, sobre o impacto da pandemia da COVID-19 nos negócios. As empreendedoras negras foram as que mais sofreram entre todos os grupos de empreendedoras do Brasil. Por exemplo, os pequenos negócios liderados por mulheres negras representam uma grande proporção entre as empresas que tiveram as atividades interrompidas, 36% comparada a 30% dos homens negros. Além disso, 58% das empreendedoras negras não obtiveram crédito bancário no período (SEBRAE/FGV, 2020).

A falta de tempo para dedicação integral ao negócio é apontada como um dos fatos entre as empreendedoras negras, onde está o maior volume de empresas fechadas temporariamente: 14% dessas empreendedoras, que são donas de pequenos negócios, estão nessa situação, contra 9% da média geral. Ademais, 36% delas têm dívidas em atraso (contra 29% da média) e para 25% delas o pagamento

dessas dívidas representa mais da metade dos custos mensais do seu empreendimento (SEBRAE/FGV, 2020).

As faixas etárias das empreendedoras respondentes pode ser visualizadas na Figura 9.

Figura 9 - Qual sua faixa de idade? (em anos)



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

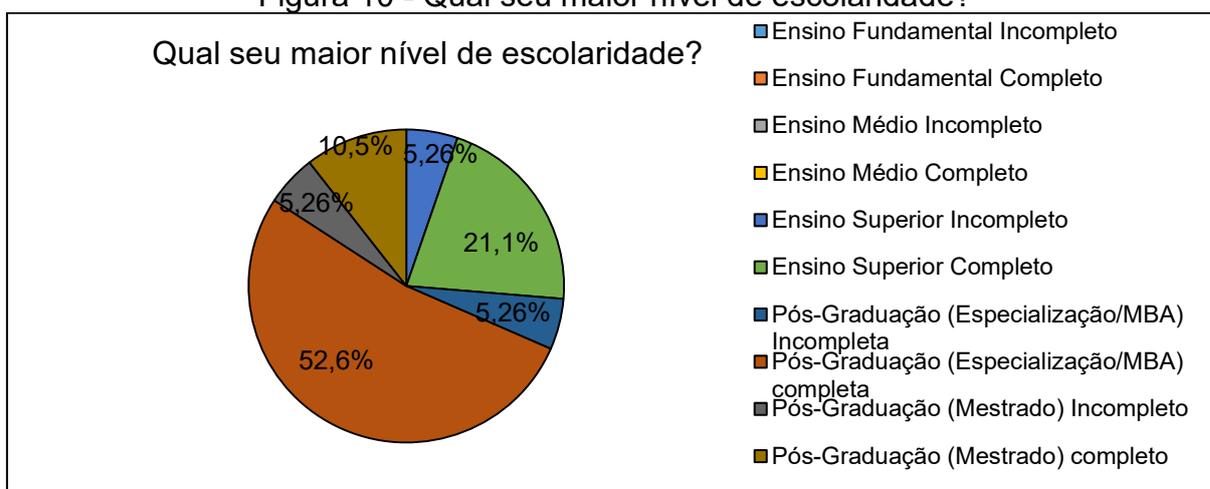
A faixa etária com maior concentração de empreendedoras foi de 31 a 35 anos (26,32%), seguida de 26 a 40 anos (15,79%), 36 a 40 anos (15,79%), 41 a 45 anos (10,53%), 46 a 50 anos (10,53%), 18 a 25 anos (10,53%), 51 a 55 anos (5,26%) e acima de 55 anos (5,26%), conforme a Figura 9.

No relatório GEM (2020/2021), constatou-se que as maiores taxas de empreendedorismo tanto para o público feminino quanto o masculino, tendem a ser de pessoas de 18 a 34 anos, principalmente, nos países onde prevalece a baixa renda, representando 60%, com exceção das regiões da Ásia Central e oriental.

Como pode-se observar, há respondentes em todas as faixas de idade e, conforme Paoloni e Dumay (2015), enquanto algumas empreendedoras já estão estabelecidas no seu negócio, outras estão iniciando.

A seguir, a Figura 10 demonstra o nível de escolaridade das empreendedoras e, conforme Colombo e Grilli (2005), o acesso ao financiamento é facilitado pela escolaridade e pelo tempo em que se atua como empreendedora.

Figura 10 - Qual seu maior nível de escolaridade?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

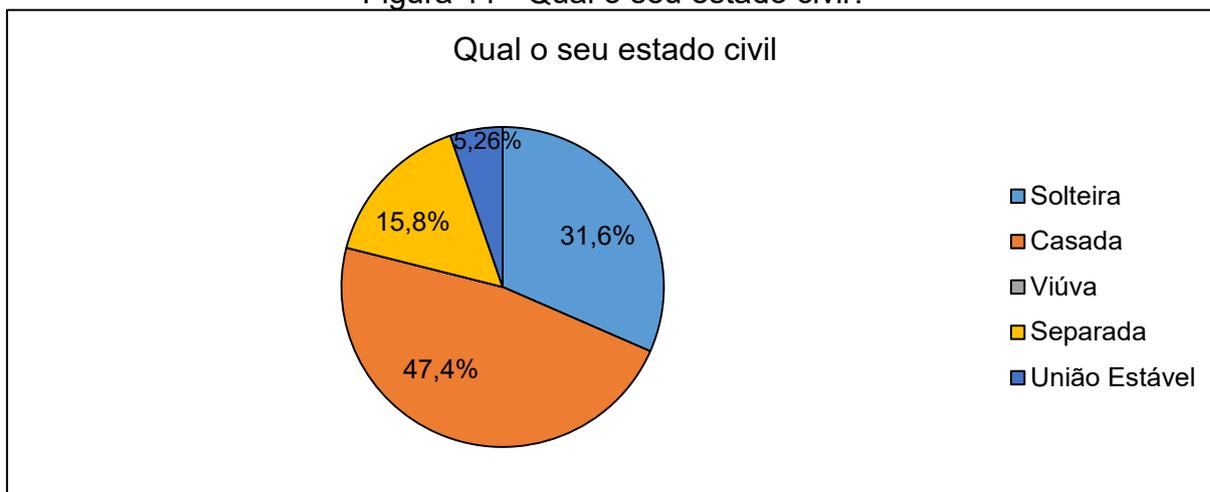
Percebe-se que, 21,1% possui ensino superior completo; além disso, 52,8% tem pós-graduação *lato sensu* (Especialização/MBA) e ainda, 10,5% mestrado. Demonstrando assim, a alta escolaridade das respondentes (Figura 10).

Aqui, vale destacar o relatório GEM (2020/2021), que constata que há o empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade, sendo que, o nível de escolaridade pode estar relacionado com mulheres que vislumbram oportunidades no mercado e não, apenas aventureiras (no sentido de falta de planejamento, que se lançariam por falta de alternativa de empregabilidade, no mercado formal de trabalho).

Pôde-se confirmar, o que já obtido por Hinzmann (2020), que as mulheres, tanto, em países em desenvolvimento ou mesmo em desenvolvidos, observam que ainda há uma lacuna de gênero nas questões que envolvem a maternidade e o desenvolvimento de *networking*, além da dificuldade de acesso ao capital. Considerando que, na concepção delas, as mulheres estudam muito mais do que os homens, muitas vezes, por terem que provar sua capacidade, e assim, participam continuamente de palestras, mentorias, cursos para serem mais competitivas em função da educação no empreendedorismo.

Em relação ao estado civil das empreendedoras, apresenta-se a Figura 11:

Figura 11 - Qual o seu estado civil?

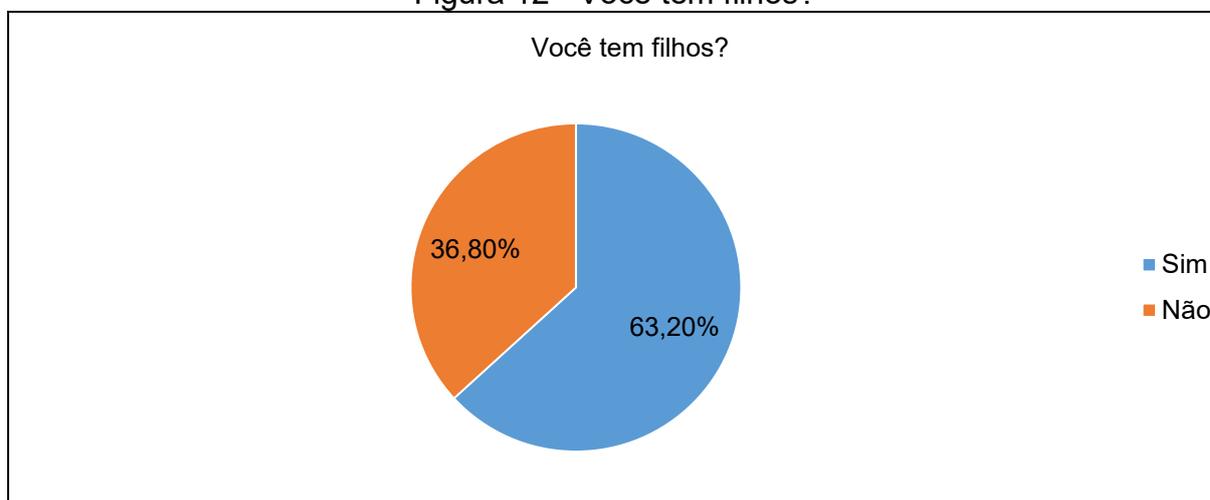


Fonte: Elaborado pela autora

Em relação ao estado civil (Figura 11), 47,4% das respondentes são casadas e 15,8% estão em união estável, 31,6% são solteiras e 5,26%, separadas.

Para compreender a questão do “Equilíbrio entre trabalho e família”, uma das dimensões do estudo de Hinzmann (2020), também utilizada nesta dissertação, observa-se a Figura 12, que questiona se as respondentes possuem filhos.

Figura 12 - Você tem filhos?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

Conforme a Figura 12, cerca de 63,20% das empreendedoras são mães, ou seja, conciliam seus negócios com as responsabilidades tidas como das mulheres, em relação aos cuidados com a família, considerando que, na Figura 11, por exemplo, 63,20% estão casadas ou em união estável.

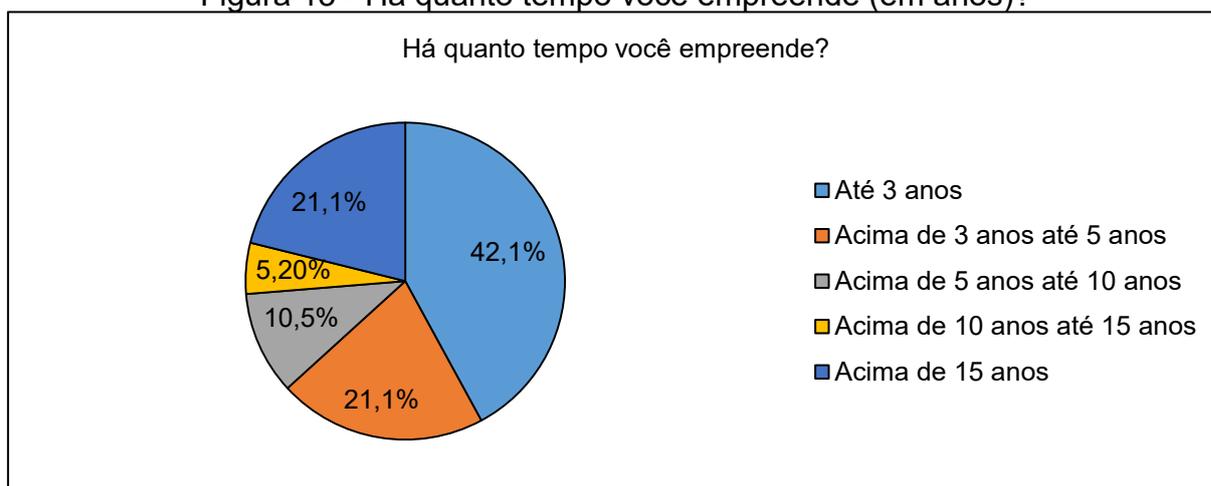
A sociedade tende a “ver com bons olhos” pessoas que empreendem, mas por outro lado, conforme Machado (2012), ainda considera esta, uma atividade tipicamente masculina, principalmente se o ramo escolhido não estiver associado àquelas profissões consideradas “adequadas para mulheres”. Essa evidência ratifica que o contexto sociocultural também poderá exercer uma força impeditiva aos objetivos organizacionais e compor o elenco das dificuldades que são enfrentadas por proprietárias e gestoras, ao buscarem o crescimento ou a manutenção do empreendimento.

Neste sentido, Teixeira e Bomfim (2016), corroboram ao afirmarem que, o contexto sociocultural pode compor o elenco das dificuldades que são enfrentadas por empreendedoras, ao buscarem o crescimento ou a manutenção do empreendimento.

Cabe aqui, destaque para o estudo de Braches e Elliot (2016), que pesquisaram 17 empreendedoras da Alemanha, para explorar como elas articularam a sua mudança entre um emprego estável, corporativo, para entrar no mundo do empreendedorismo. Dentre suas falas, demonstraram que lidar com a maternidade foi um dos desafios mais frequentes, entre as mulheres entrevistadas.

A seguir, aborda-se o tempo em que as respondentes empreendem.

Figura 13 - Há quanto tempo você empreende (em anos)?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

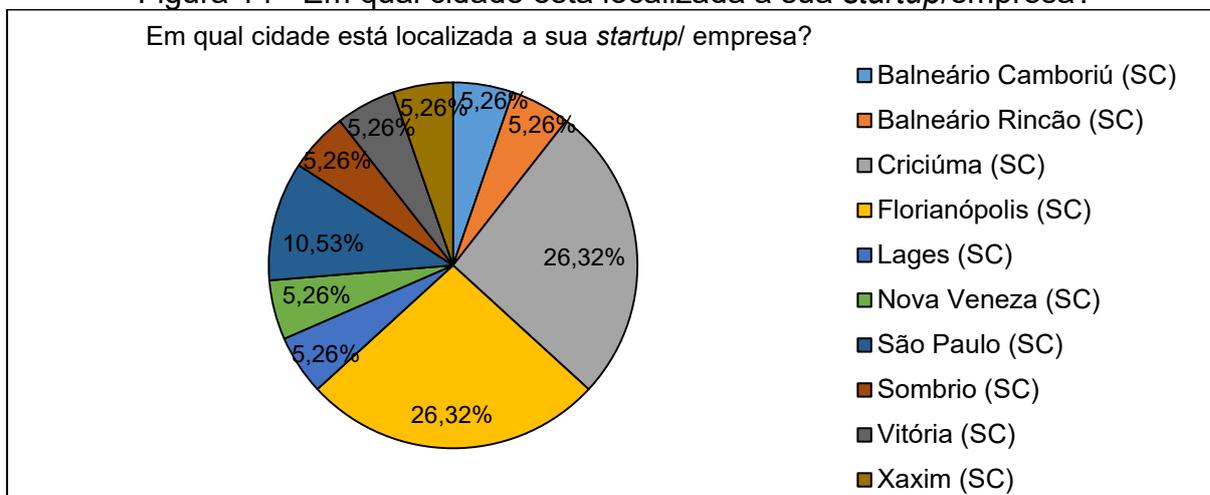
O relatório elaborado pelo GEM (2020/2021), apresenta estágios de um empreendimento, em função do tempo de sua existência. Sendo assim, os Estágios Iniciais de um empreendimento (empresas novas e nascentes) correspondem até 42 meses, acima disso, considera-se que o empreendimento está estabelecido.

Portanto, nesta pesquisa, perguntou-se: Há quanto tempo você empreende?

Tendo-se obtido que (Figura 13), 42,1% empreendem até 3 anos, o que corresponde aos estágios iniciais de um empreendimento (empresas novas e nascentes). Por sua vez, 21,1% estão na faixa acima de 3 até 5 anos, 10,5% acima de 5 até 10 anos, 5,20% acima de 10 até 15 anos e, 21,1% acima de 15 anos. Ou seja, a maioria dos empreendimentos está consolidada.

Cabe também, questionar a localização da *startup* das respondentes, conforme Figura 14.

Figura 14 - Em qual cidade está localizada a sua *startup*/empresa?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

A Figura 14 apresenta as cidades em que estão localizadas as empresas das empreendedoras: Xaxim, Sombrio, Nova Veneza, Lages, Balneário Rincão, Balneário Camboriú e Vitória - ES, representam 5,26%, das 19 mulheres participantes da pesquisa; duas respondentes são de São Paulo capital (10,53%); cinco respondentes são de Criciúma (26,32%) e cinco, de Florianópolis (26,32%).

O maior número de respondentes é de Santa Catarina, que é reconhecido nacionalmente pelo setor de Tecnologia, que em termos de Brasil, alcança a 6ª posição em faturamento, com aproximadamente R\$ 20 bilhões no ano, alavancando a produtividade, a qual é a terceira mais expressiva do Brasil (OBSERVATÓRIO ACATE, 2021).

Conforme ^a Figura 14, Florianópolis se destaca em números de respondentes, afinal, concentra o maior número de empresas no segmento de tecnologia, considerando o estado de Santa Catarina.

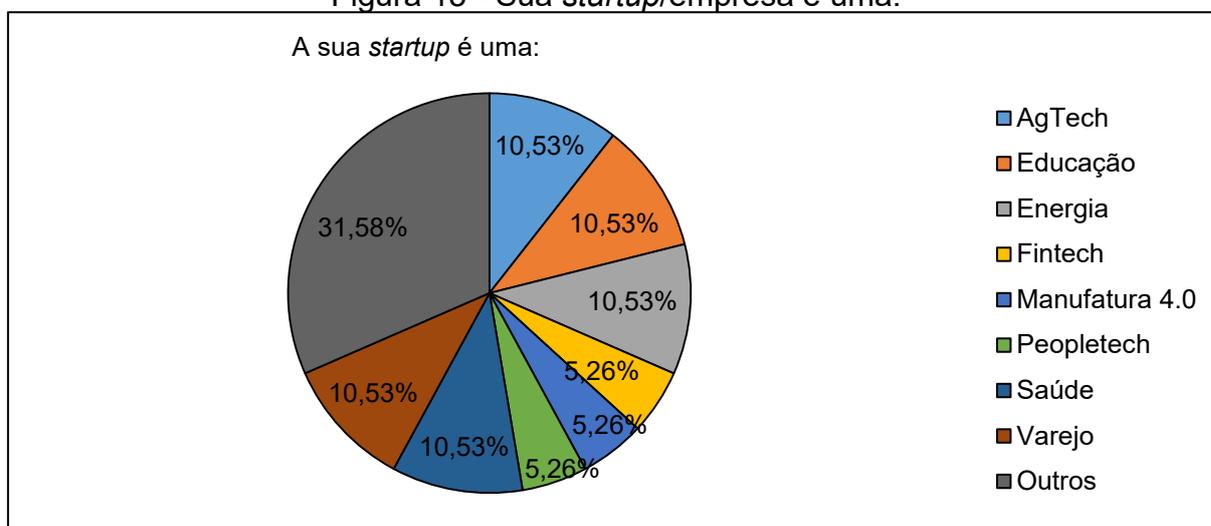
A região da Grande Florianópolis é a mais representativa, com 32,6% do total de empresas. Vale do Itajaí (26,3%) e Norte Catarinense (19%) aparecem na

sequência. Com menor representatividade, as regiões Oeste, Sul e Serrana somam 3,9 mil empresas atuando no setor (22,1%) (OBSERVATÓRIO ACATE, 2021, p. 20).

Isso reforça que a capital catarinense está em constante expansão e impulsiona o empreendedorismo na região, na transformação de cidades, tornando-as mais atrativas.

Na próxima questão, considerou-se a classificação da ACATE (2022), que apresenta a vertical de negócios, utilizada para esta pesquisa (Figura 15).

Figura 15 - Sua *startup*/empresa é uma:



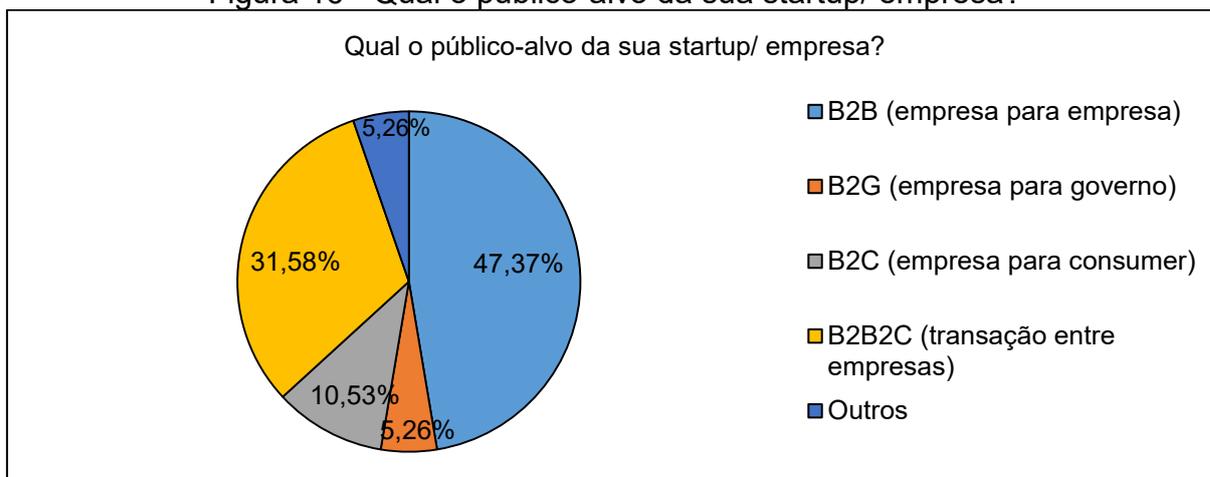
Fonte: Elaborada pela autora, (2022).

Diante disso, obteve-se: AgTech, Educação, Varejo, Saúde e Peopletch, cada uma com 10,53%; Manufatura 4.0, Fintech e Energia com 5,26% cada uma. E ainda, na categoria 'outros' há - Agência de Marketing, Desenvolvimento ERP/SAP, Corretora de seguros, Solução voltada para a comunicação, Monitoramento dos processos em alimentação, Turismo, correspondendo a 31,58% (Figura 15).

O setor de tecnologia de Santa Catarina ocupa o 6º lugar em faturamento, correspondendo a 4,60% do faturamento do setor de tecnologia do país e 6,10% do PIB do Estado (OBSERVATÓRIO ACATE, 2021).

Esta pesquisa também buscou investigar o público-alvo das empresas participantes, conforme a Figura 16.

Figura 16 - Qual o público-alvo da sua startup/ empresa?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

Na pesquisa desta dissertação, houve maior destaque para as empresas que atuam com 'B2B' (47,37%) e 'B2B2C (31,58%)', totalizando 78,95%. Fato semelhante à pesquisa realizada pela Startupbase com 22.262 startups, das quais, foi possível observar que a maior fatia de público-alvo se relaciona ao B2B (47,28%) e B2B2C (30,11%) (STARTUPBASE, 2022).

O termo B2B vem do inglês, *Business to Business*, para designar transações comerciais entre empresas. Já, as empresas B2B2C correspondem às operações de venda realizadas para uma empresa e depois, para o cliente final. E ainda, B2C *Business to Consumer*, correspondem à transação comercial de empresa para consumidor final (TURBAN *et al.* 2008).

Na Figura 17, serão apresentados os estágios em que cada empresa está posicionada: Ideação, Operação, Tração e *Scale-up*. Para melhor compreensão, detalham-se tais fases:

A Ideação corresponde à adolescência da *startup*. Após ter a ideia e começar a verificar como abrir uma empresa, é o momento de tirar a ideia do papel e colocá-la em prática. Nessa fase, busca-se responder às seguintes perguntas: 1) Quem é o meu cliente? 2) Eu consigo explicar profundamente o meu produto? 3) Como explicar para meu público-alvo o que pretendo alcançar? 4) Como explicou, para os meus clientes, quais dores de cada um deles eu soluciono? (ABSTARTUP_c, 2022, p. 1).

Na etapa da ideação, portanto, o mercado é usado tanto como fonte de geração como validação das ideias. São encorajados o desenvolvimento de protótipos como meio de experimentação ou teste de ideias junto ao mercado, com o objetivo de selecionar oportunidades mercadologicamente viáveis (COUTO, 2019).

A fase de Operação corresponde à vida adulta, ocorre quando as ideias já estão consolidadas. Busca-se expandir a sua rede (*networking*), atraindo clientes. Nesta fase, é importante considerar rodadas de investimentos ou ainda, programas de incubação e aceleração (ABSTARTUP_c, 2022).

A Tração está relacionada com a maturidade do negócio. Nessa fase, o objetivo principal é o crescimento. É muito comum nessa fase, que as empresas busquem escalar o seu negócio (ABSTARTUP_c, 2022).

Nesta fase, o serviço/produto oferecido pela *startup* está validado e os desafios principais consistem em conquistar clientes e aumentar o faturamento. Aqui, a *startup* já passou pelo período conhecido como "Vale da Morte". Na fase de tração, a prioridade do negócio está na construção de uma base sólida que levará a startup a escalar em alta velocidade (POMPERMAIER, 2022).

Já, na fase de *scale-up*, a empresa tem que alcançar um crescimento de 20% em três anos consecutivos, seja em receita ou número de colaboradores; sendo que, no começo desse período de três anos, a empresa já deve ter dez funcionários ou mais. Buscando assim, rodadas de investimento para acelerar, ainda mais, o crescimento. Deve-se focar na contratação de especialistas para dar maior sustentação ao crescimento (ABSTARTUP_c, 2022).

Portanto, no estágio de *scale-up*, o empreendedor e fundador desenvolve comportamentos com foco gerencial, como a contratação de especialistas para sua *startup*, promovendo o crescimento das vendas e do negócio (COUTO, 2019).

Figura 17 - Na sua percepção, em qual estágio sua startup está posicionada?



Fonte: Elaborada pela autora, (2022).

lugar, a criação de riquezas, como observado em países de baixa renda, como a Ásia Central e Oriental, Oriente Médio e África. Em contrapartida, em países que concentram renda média e alta, as mulheres estão mais propensas a empreender para fazer a diferença no mundo.

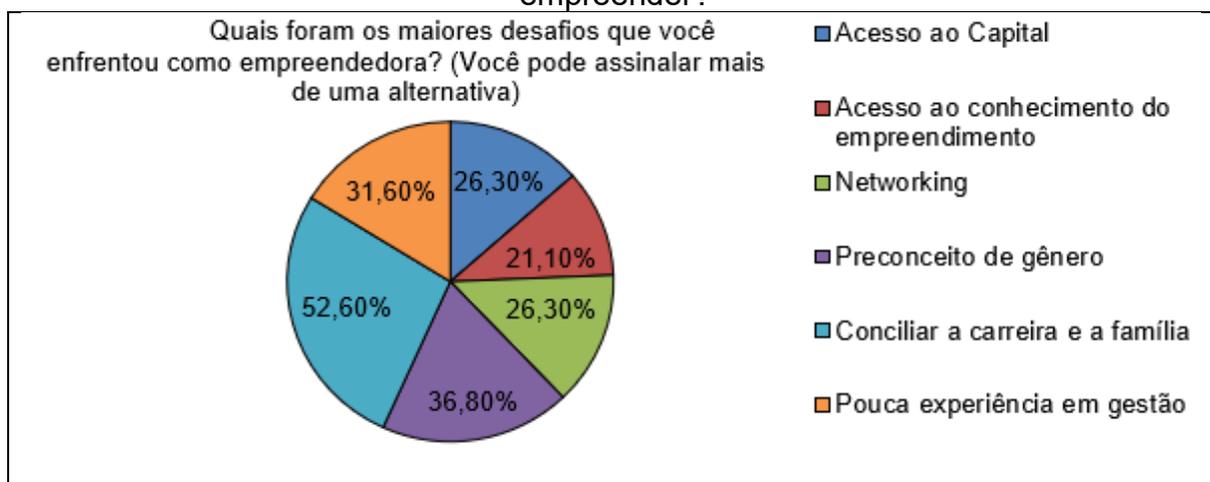
Com isso, como a maioria das respondentes concentrou-se no Estado de SC, onde o Índice de Desenvolvimento Humano – IDHM está na 3ª colocação, com 0,774, atrás apenas do Distrito Federal e de São Paulo, além de sua classificação de renda, em 2º lugar, representando 0,860, o IDHM de educação ocupando o 3º lugar, com 0,697 (ATLAS, 2022). Assim, cabe aqui uma atenção especial, pois conforme Kofler e Pangestu (2021), as motivações que levam as mulheres a iniciar seus negócios estão relacionadas às circunstâncias econômicas e à cultura regional. Ou seja, o público respondente da pesquisa desta dissertação demonstrou comportamento semelhante às economias desenvolvidas.

Isaga (2018), retrata, que alguns dos motivos que fazem as mulheres empreenderem são a independência e o reconhecimento pessoal.

Esse destaque, na fala das respondentes, pode ser compreendido como a busca de oportunidades, de realização pessoal e propósito de vida. A partir do momento em que observam que o empreendedorismo pode proporcionar o alcance dos seus objetivos, satisfação pessoal, corroborando com Vadnjal *et al.* (2020, p. 68), ao relatarem que: “as mulheres são menos motivadas pelo desejo de poder e de dinheiro, mas são motivadas pela necessidade de flexibilidade, ganhos para suas famílias”.

Na questão seguinte, buscou-se compreender os maiores desafios enfrentados pelas mulheres para empreender (Figura 19):

Figura 19 - Quais foram os maiores desafios enfrentados pelas mulheres para empreender?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

O maior desafio, identificado na pesquisa desta dissertação, foi conciliar a carreira e a família (52,60%), o que foi confirmado por Paoloni e Dumay (2015, p. 188): “as mulheres vivenciam a organização da casa, da família e do empreendimento como grandes limitações”.

Da mesma forma, “a maioria das famílias são vistas a atribuir automaticamente a função do cuidador para a mulher da casa, cortando assim, quaisquer aspirações de uma carreira, pela raiz” (SHUKLA; CHAUHAN; SAUMYA, 2019, p. 3).

Além disso, 36,80% das respondentes apontaram que sofrem preconceito de gênero, o que afeta a sua carreira (ITANI; SIDANI; BAALBAKI, 2015; HINZMANN, 2020). Colocam que, tal fato pode estar relacionado com estereótipos associados às mulheres, com características de mansas e submissas, incapazes de alçar voos maiores. Afinal, o senso comum também pode ser favorável em algumas crenças, reforçada por pesquisas como a de Joon (2018, p. 1): “as mulheres são consideradas tão boas empreendedoras quanto os homens, e elas devem ter oportunidades iguais para iniciar um negócio”.

Ao serem questionadas sobre sua percepção quanto ao empreendedorismo feminino, estar ou não, alcançando mais relevância nos últimos anos, obteve-se: a maioria das empresárias (52,60%) apontou que ‘as mulheres estão mais independentes e empoderadas’, corroborando com Itani, Sidani, Baalbaki (2011), quando afirmam que a independência econômica das mulheres é muito importante para a sustentabilidade de suas vidas, família e empoderamento.

Outra parte (26,30%) das mulheres pontuou que ‘a sociedade está reconhecendo que as mulheres são fundamentais para o desenvolvimento econômico’. Assim como reconhece Filculescu (2016, p. 610), quando afirma que: “Hoje, as mulheres empreendedoras são saudadas como uma força incomparável que gerará bem-estar econômico e social em todo o mundo”.

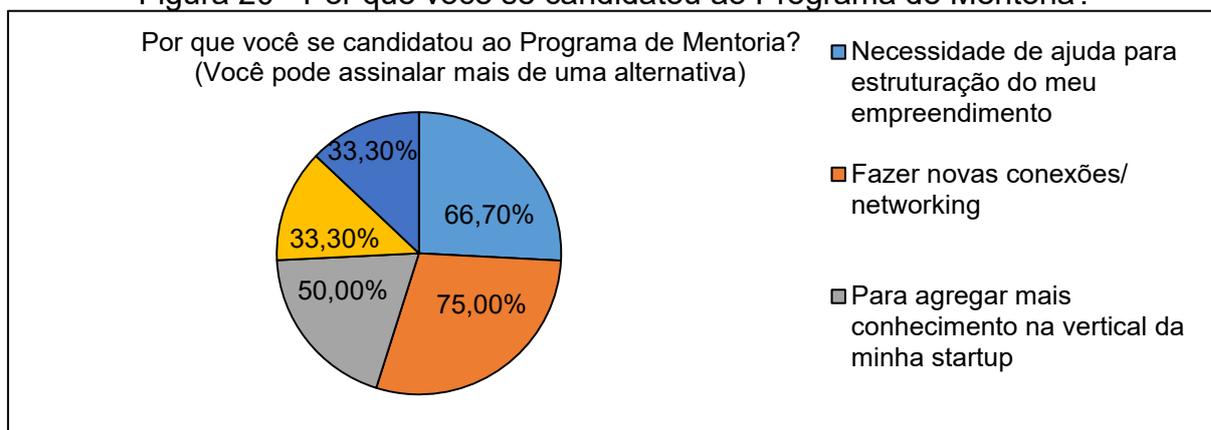
Ao serem questionadas sobre a inclusão de mulheres no mercado de trabalho do segmento de Tecnologia, 89,50% têm essa percepção positiva, de maior inclusão.

Obteve-se que, 63,20% das respondentes, em algum momento da sua trajetória como empreendedora, passaram por programa de mentoria/pré-incubação.

Dando continuidade, questionou-se ainda: *qual o programa de mentoria?* Obtendo-se, dentre eles: *incubadora, Cocreation Lab; Orion Lab.*

Conforme a Figura 20, os programas de mentoria dão suporte necessário para a criação e o desenvolvimento de *startups* (BOSCO, *et al.* 2019).

Figura 20 - Por que você se candidatou ao Programa de Mentoria?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

Conforme a Figura 20, as empreendedoras procuraram o programa de mentoria para ‘desenvolver ainda mais a sua *rede de networking*’ (75%), a ‘*necessidade de ajuda para estruturação do seu negócio*’ (66,70%) e para agregar mais conhecimento na vertical da minha startup (50%) como razões principais. Outros motivos também foram ‘*para buscar apoio relacionado ao acesso à capital*’ (33,30%) e ‘*para incentivar novas mulheres a serem empreendedoras do seu próprio negócio*’ (33,30%)”.

Hinzmann (2020), obteve em sua pesquisa, que as expectativas do *programa de mentoria*, foram: expandir os seus contatos e aprimorar aspectos burocráticos de abertura de um negócio, demonstrando que, em um ecossistema de inovação é

fundamental a estrutura da aceleradora e da incubadora, contribuindo com a expansão de redes, e incentivo à educação, por meio de treinamentos disponibilizados aos novos empreendedores.

As respondentes afirmaram que o impacto do programa de mentoria em suas redes de contato foi significativo e, enfatizaram: *“foi uma vitrine”, “facilitou contatos mais assertivos”, “abriu contato com ecossistema local”, “através de encontros e palestras, pude conhecer novos empreendedores”, “Os mentores são instrutores formados ou por experiência, são momentos de conhecimento e troca de contato”*.

Como afirmam Carayannis e Zedtwitz (2005, p. 3), as incubadoras, por exemplo, *“são capazes de identificar e alavancar indivíduos-chave para o seu início de negócio”*.

Isso leva a compreender o quão significativo é o programa de mentoria para as empreendedoras, que a partir dele, conseguem expandir suas redes de relacionamento, sentindo-se pertencentes ao ecossistema de inovação, potencializando a troca de conhecimento e de experiência com outros empreendedores e mentores.

Quando questionadas sobre quais políticas e atividades poderiam implantar no programa de mentoria, para (33,33%) das respondentes, deveria ser investido em mais capacitação, para outras (33,33%), deve ser incentivado o *networking*, principalmente com os homens. Com (11,11%), relataram que deveria aprimorar o acesso à investidores anjo, (11,11%), flexibilizar os horários para conciliar a carreira e a família, (11,11%) trabalhar a crença do estereótipo de gênero em relação ao empreender *versus* ser mulher.

As respondentes também reconhecem que os programas de mentoria, como os programas de incubação e de aceleração são importantes atores que favorecem e facilitam a entrada das mulheres aspirantes à empreender, principalmente, pela concentração das conexões que os ambientes de inovação podem favorecer, que podem estimular o desenvolvimento dos seus negócios desde a criação até a alavancar. A partir desses programas, conseguem expandir as suas redes de relacionamento e ainda contribuiu significativamente no acesso à educação empreendedora, por meio das mentorias que possibilitaram, literalmente, tirar suas ideias do papel e, conseqüentemente, desenvolver o plano do negócio, identificar potenciais forças e fraquezas, oportunidades e ameaças de um negócio, por exemplo.

Ao serem questionadas se haviam estudado a vertical do seu negócio, antes de empreender, 52,6% afirmaram que sim. Isso pode indicar a falta de planejamento para a abertura de um negócio, afinal, 47,4% não o fizeram.

Ao serem abordadas se receberam alguma linha de crédito para abrir ou manter sua *startup*, apenas 15,8% afirmaram ter recebido esse tipo de auxílio; contudo, 66,7% relataram ter enfrentado dificuldades para tal.

Isso corrobora com Morazzoni e Sy (2022), quando afirmam que:

As mulheres empreendedoras são mais propensas a enfrentarem uma rejeição em seus pedidos de empréstimo e a ter um produto de capital médio mais alto, um sinal de má alocação de capital por gênero que diminui o acesso das empresas lideradas por mulheres ao financiamento. (MORAZZONI; SY 2022, p. 1).

Uma das respondentes contribuiu em sua fala ao relatar que “Muito tempo de envolvimento para reunir informações burocráticas, em que, muitas vezes, nem sabia como buscar elas, ou era preciso ocultar informações para se enquadrar nos requisitos para captação, tornando inviável”.

Nesse sentido Aernoudta e José (2020), corroboram:

As empresas lideradas por mulheres são mais propensas a levantar capital de risco do que as empresas exclusivamente masculinas e os valores que elas levantam são menores. (AERNOUDTA; JOSÉ, 2020, p. 1).

E ainda, “entre os solicitantes de empréstimos, as mulheres também têm uma probabilidade 10% maior de serem rejeitadas (MORAZZONI; SY, 2022, p. 2).

Uma pesquisa feita para *avaliar o impacto do microcrédito na trajetória sócio-ocupacional das mulheres empreendedoras da Blusol*, constatou que o acesso ao microcrédito oportunizaram à empreendedoras entrevistadas, melhores condições de trabalho e no âmbito familiar e ainda pontuaram que as taxas de juros e outras facilidades na aprovação do crédito foram primordiais para a aquisição desse (GERALDO, 2004).

Ao serem questionadas se sua família havia apoiado a decisão de carreira, obteve-se que a grande maioria (94,7%) recebeu incentivo.

Segundo Bruce (1998), o apoio emocional da família fortalece as mulheres na decisão de empreender, e, conforme Lin *et al.* (2018, p. 254-255), a família “pode dar

a uma mulher empreendedora a confiança de que ela pode gerenciar suas responsabilidades de trabalho enquanto administram seu negócio.

Quanto à sua opinião sobre as oportunidades que as mulheres têm de assumir papel de liderança, devido ao gênero, 52,6% acreditam que as mulheres ainda têm poucas oportunidades.

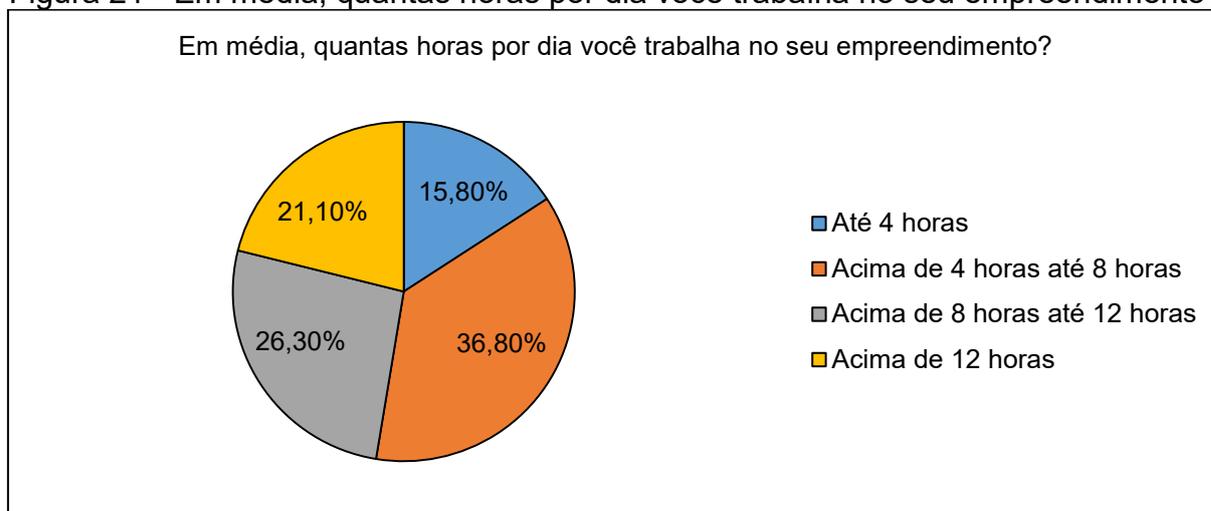
Segundo Bolson, Oliveira e Vale (2018), as mulheres ainda enfrentam preconceitos de gênero no mercado de trabalho, refletindo em salários menores, principalmente na dificuldade de menor alcance de posições de liderança.

Quanto a se sentirem menos produtivas após terem se tornado mães, 42,11% não se sentiu menos produtiva após a maternidade, 21,05% sim e 36,84% não têm filhos.

Ao serem questionadas se sua carreira empresarial prejudica a relação com a família, 78,9% afirmaram que não.

A Figura 21 revela a carga horária diária de trabalho das empreendedoras.

Figura 21 - Em média, quantas horas por dia você trabalha no seu empreendimento?



Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

Conforme a Figura 21, foi possível identificar que cerca de (36,8%) trabalham de 4 a 8 horas, (26,3%) acima de 8 até 12 horas, (21,1%) acima de 12 horas e apenas (15,8%) trabalham até 4 horas. Ou seja, as empreendedoras utilizam boa parte do seu dia para estar à frente de seus negócios, o que se pode cogitar que há um reflexo de sobrecarga de trabalho. Isso fica ainda mais evidente quando há dupla jornada, que conforme Noor (2002), quando finaliza o expediente de empreendedora, tem a jornada mãe, esposa, que representa 2,5 horas por dia a mais se comparadas aos homens.

4.2 RESULTADOS: ENTREVISTA COM FUNDADORAS DE STARTUPS

Realizou-se entrevista semiestruturada com empreendedoras, fundadoras de empresas de tecnologia (três empreendedoras de SC), por compreender que elas têm conhecimento e experiência quanto ao problema em estudo, permitindo maior profundidade na temática, que é uma das vantagens da utilização das entrevistas, de natureza qualitativa, como recurso metodológico e complementar ao levantamento do questionário, o qual é de cunho quantitativo (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Para tanto, serão apresentadas evidências a partir dos resultados, utilizando-se da análise de conteúdo (BARDIN, 2011), que é uma técnica que pressupõe a análise qualitativa e intuitiva, baseada na comunicação entre a entrevistadora e o entrevistado, em que é possível a adaptação.

A análise de conteúdo é definida como a interpretação da causa retratada por meio do desempenho do locutor (entrevistada). É uma análise de cunho qualitativo e intuitivo, que dispõe de características particulares, o que possibilita a adaptação com relação a um índice da mensagem, com os elementos do locutor.

Sendo assim, foram elaboradas 03 questões, baseadas no questionário, mas com o objetivo de coletar depoimentos e assim, não ficar restrita apenas, a assinalar categorias de resposta já colocada previamente, como conta no questionário (Apêndice A). Estas perguntas da entrevista também estão relacionadas às dimensões de Hinzmann (2020), com destaque, às principais dificuldades encontradas por mulheres, ao empreenderem no segmento de tecnologia. Para elucidar a análise de resultados, foram utilizados construtos teóricos, que fizeram parte da revisão exploratória desta dissertação.

Dessa forma, foram criadas tabelas com a **unidade de registro**, localizada na primeira coluna, cujo pressuposto é apresentar termos citados ou que tiveram relação com a coluna de **unidade de contexto** (segunda coluna). A terceira coluna se refere à frequência (número de vezes) em que a unidade de registro apareceu na fala das respondentes.

Ou seja, a unidade de registro confere componentes racionais, ideológicos, emocionais e afetivos, enquanto, a unidade de contexto, possibilita maior significado para a unidade de registro (FRANCO, 2008). Sendo assim, de acordo com Bardin

(2011), todas as informações alcançadas por meio de entrevistas, devem ser tratadas, para então, serem validadas.

Dessa forma, este momento de levantamento de dados primários foi conduzido, conforme descrição a seguir:

1. Buscou-se identificar as principais *motivações* para empreender no segmento de tecnologia (Quadro 4)
2. Suas percepções acerca do *Equilíbrio entre carreira e família* (Quadro 5)

Principais *dificuldades* enfrentadas ao empreender no segmento de tecnologia (Quadro 6).

Dessa forma, os resultados da análise de conteúdo são apresentados nos Quadros 05, 06 e 07, a seguir:

Quadro 4 - O que a levou a empreender?

Unidade de Registro	Unidade de contexto	Frequênc <u>ia</u>
Oportunidade	ENT 1 - Busquei empreender para melhorar o meu trabalho como jornalista. Eu criei uma <i>startup</i> durante o meu TCC ⁵ , porque via a necessidade de incluir a tecnologia para me manter competitiva, sendo uma oportunidade evidente, no mercado.	3
	ENT 2 – Em 2017 eu comecei a participar de um projeto e nesse projeto eu estava dentro de um <i>coworking 'plural coworking'</i> e aí comecei a conhecer pessoas que gostavam da inovação e nesse mesmo local aconteciam reuniões de <i>networking</i> , que se chamava 'conexão <i>startup</i> '. Na época tinha umas 2 a 3 pessoas que puxavam o movimento de ativação do ecossistema, de inovação, de incentivar o empreendedorismo e aí comecei a conhecer pessoas, e duas meninas me falaram sobre o <i>startup weekend</i> , então, participei desse evento e frequentando esse ambiente, aconteceram algumas coisas: (1) Eu comecei a me relacionar com pessoas empreendedoras e foi a grande chave para eu pensar em empreender. Nesse evento eu desenvolvi uma ideia e participei de uma equipe, esse evento é uma imersão de empreendedorismo onde se desenvolve um negócio em 54 horas, apresenta para uma banca, então, a minha ideia ficou em segundo lugar, mas essa ideia é de outra empresa minha. Então, resolvi empreender nesse ramo por acreditar que a tecnologia pode auxiliar a vida das pessoas, aumentar a performance de negócios. Eu tenho um sistema para gestão ambiental.	5
	ENT 3 – Eu nasci e cresci mexendo no meio da tecnologia. Hoje eu trago o meu método todo no digital, simplesmente para eu obter maior alcance e acredito que estamos em um momento em que o digital é necessidade e não mais opção, portanto é importante que as pessoas (mulheres e homens) busquem se aperfeiçoar e também, que o segmento de tecnologia não seja só uma opção de emprego, mas de empreender e buscar significado para vida. Uma oportunidade de fazer a diferença, deixar exemplo. São inúmeras oportunidades de atuação!	8

Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

⁵ Trabalho de Conclusão de Curso

Observa-se no Quadro 5, que as empreendedoras entrevistadas buscaram empreender por acreditarem que a tecnologia é uma necessidade em quaisquer situações de mercado. Vivenciaram momentos em que a inovação estava presente, por exemplo, eventos como o *startup weekend*. Esse anseio por empreender atrelou-se à oportunidade de mercado.

Quadro 5 - Quais as principais barreiras que você enfrentou ao empreender?

Unidade de Registro	Unidade de contexto	Frequência
Maternidade e família	ENT 1 - Eu não sou casada e não tenho filhos, mas eu vejo dificuldade sim. Eu tenho amigas empreendedoras que tem filhos, por exemplo, e só conseguem empreender ou só conseguem estar em espaços empreendendo porque tem alguém na rede de apoio que conseguem ficar com esses filhos. [...] Eu nem penso em conseguir tentar conciliar maternidade, enfim, construir uma família, ter filhos sem que eu tenha muita base no meu negócio, por exemplo, que eu já esteja em um nível muito acima em que eu consiga parar para manter, porque querendo ou não esse papel sempre sobra para a mulher, para o homem é muito mais tranquilo.	8
	ENT 2 - Como eu não tenho filhos, para mim não vejo complicações, mas vejo que para minha sócia é mais difícil, pois, às vezes ela não pode participar de eventos importantes da área. Ser mãe, pelo que vejo, impacta nas atividades, muito mesmo, como empreendedora.	9
	ENT 3 – Acredito que sim. Não sou casada, eu ainda estou namorando, mas eu percebo muito essa dificuldade de fazer um balanço. Então, como balancear essa parte estou falando para fazer uma captação de vendas, mas de vez em quando eu vou ter que abdicar de algumas coisas comerciais que seriam importantes para a minha vida profissional para eu dar atenção para a minha família, relacionamentos em geral, amigos, enfim. Eu conheço muitas empreendedoras que falam que não têm amigos, então, isso prejudica muito as pessoas como um todo, de forma social, que não consegue criar laços, além dos comerciais	11

Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

Conforme o Quadro 5, em se tratando dos aspectos inerentes à conciliar trabalho e família, estiveram presentes nas falas das entrevistadas, que é uma barreira muito frequente para empreendedoras do seu convívio, principalmente quando se tornam mães.

Hinzmann (2020, p. 7) reconheceu que “a estrutura 5M para o empreendedorismo feminino é importante de ser avaliada: o sucesso de mulheres empreendedoras depende de mercados (market), dinheiro (money) e gestão (management) e são mediadas pelo macro/mesoambiente (macro and meso environment) e maternidade (maternity)”.

Nesse sentido, Madalozzo, Martins e Shiratori (2010), relatam que, o trabalho doméstico é um dos obstáculos que as mulheres enfrentam ao se inserirem no mercado de trabalho, considerando que, a existência de um cônjuge para as mulheres

aumenta as horas trabalhadas em casa; contudo, para os homens, ter a presença feminina na família, diminui sua carga, corroborando, com a fala da ENT 3.

Em um estudo realizado na Suécia, com a finalidade de *analisar a relação entre o empreendedorismo e a maternidade*, foi constatado que as mulheres que não tinham filhos ao iniciar como empreendedoras, adiavam a gravidez e tinham seus filhos mais tarde, a presença de crianças pequenas têm um impacto negativo no desempenho como empreendedora, tornar-se mãe em geral pode significar que alguém se torna mais eficiente em trabalho, independentemente de ser assalariado ou trabalhadores por conta própria, há uma seleção de mulheres mais motivadas e ambiciosas que conseguem iniciar um negócio quando têm (jovens) crianças. O autor também constatou que as mães ganham menos do que mulheres sem filhos entre os assalariados, ou seja, há o que é chamada de penalidade salarial da maternidade (JOONA, 2017).

Em relação à maternidade, Robichaud; Cachon e McGraw (2019) identificaram que as empresas em que a fundadora é mulher, possuem capital para financiamento restrito, embora, conforme Ge *et al.* (2022, p. 1), “as mulheres empreendedoras inovam, iniciam, engajam e administram empresas para contribuir com o desenvolvimento doméstico”, sendo assim, “a inclusão financeira de mulheres microempreendedoras é importante e necessária para o desenvolvimento socioeconômico holístico de uma nação” (SONG *et al.* 2014, p. 167).

Das entrevistadas, as três não possuem filhos, contudo, ressaltaram que, das mulheres empreendedoras que conhecem, as que possuem filhos, muitas vezes, não conseguem estar presentes em eventos importantes para o seu negócio.

Um das entrevistadas salientou que, sua sócia, que tem filhos, para conseguir participar dos eventos necessita deixar seus filhos em rede de apoio. Uma outra entrevistada ainda pontuou que, não pensa em ter filhos, sem antes estabilizar o seu negócio; pois tende a recair sobre as mulheres, o cuidado dos filhos.

O Quadro 6 conclui a análise dos depoimentos das entrevistadas, conforme segue.

Quadro 6 - Quais as principais dificuldades você enfrentou ao empreender?

Unidade de Registro	Unidade de contexto	Frequência
Idade, Capital, <i>networking</i>	ENT 1 – Eu acho que eu ainda enfrento. Primeiro, que empreender é difícil para qualquer pessoa, acredito eu, que ter dinheiro, ter tempo, conseguir se dedicar nesse projeto novo, a gente vai enfrentando outras barreiras. Eu ainda sinto dificuldade de me opor. Os meus sócios são todos	23

	<p>homens e às vezes é meio complicado. Às vezes as pessoas olham: Ah! É porque é muito nova, é inexperiente ou é mulher. Às vezes sinto esse preconceito de que a pessoa me julga pela idade: quem é essa pirralha que está aqui tentando me convencer a vender um produto. Eu já senti que não fui levada muito a sério, por exemplo, por clientes. Estou lá fazendo uma venda e tal e enfim, toda a bagagem que eu tenho empreendido já há algum tempo e eu fui descredibilizada pelo cliente assim. Sinto preconceito para conseguir dinheiro, investimento e ainda esta questão do relacionamento sabe? Um meio com muita presença de homens, fica difícil formar uma rede, as mulheres precisam se apoiar e se fortalecer em associações.</p> <p>A gente já vê, percebe algumas melhorias, por exemplo, eu tive investimento de investidores, não usei nenhum capital do governo e tal. A gente vê que tem melhoria, por exemplo, teve um edital da FAPESC que era voltado só para mulheres, então, a gente vê que tem algumas iniciativas, mas, por exemplo, fui fazer pesquisas e nelas apontam que para as mulheres conseguirem algum capital, por exemplo, num banco, ela tem que fazer muito mais comprovações que o homem e o valor ofertado para ela é muito mais baixo. A minha experiência foi muito mais tranquila porque eu tive os investidores, mas enfim, teve toda uma conversa, mas a realidade que a gente percebe na pesquisa e ouvindo outras mulheres é que já temos uma melhora, mas ainda somos mais descredibilizadas.</p>	
	<p>ENT 2 - No início eu era muito leiga, não entendia nada de tecnologia. Então, para eu entender foi uma dificuldade. Acho que num geral é pouco falado sobre tecnologia. Senti dificuldade de comunicação com meu público-alvo, com meu possível cliente. Eu tinha certa dificuldade em fazer ligação, sentia mais desconforto ao falar com homens. Eu me sentia mais à vontade para falar com mulheres, para oferecer meus serviços, a tecnologia. Senti mais dificuldade em oferecer para os homens, geralmente são mais grossos. No começo me sentia mais imatura e inexperiente. Hoje estou mais tranquilo e tenho mais domínio sobre a tecnologia, sobre a ferramenta. Hoje eu consigo conversar e devido ao meu amadurecimento pessoal eu consigo me desenvolver mais com ambos os sexos.</p> <p>Na época eu tinha 26 anos. Talvez por ser mais jovem, eu era mais inexperiente, o que acabava revelando mais a idade. Eu sentia uma certa resistência a ser escutada, mas também talvez os próprios profissionais não estivessem adeptos à tecnologia, então, não abria espaço e não tinha interesse em conhecer a ferramenta.</p> <p>A dificuldade existe, mas acredito que já foi pior. Nós conseguimos um recurso via Fapesc, mas antes de conseguir esse recurso, a gente fazia por conta própria.</p> <p>Observo que eu ainda não estou pronta para receber investimentos, porque ainda está sendo validado, então, não é algo que faça eu ter captação, mas sim, os estudos apontam que é uma dificuldade e eu conheço muito poucas mulheres empreendedoras por conta disso também. Eu vejo que na hora de fazer a transição não é nem opção para elas ter captação financeira. Eu acho que nós mulheres somos muito mais educadas para o tipo: “faça você mesmo” e os homens são muito mais educados para tratar de negócios, mas ao menos eu já ouvi de uma mulher que participou de</p>	8

	<p>uma roda de investimento e o investidor perguntou: “<i>“você tem filho, né?! Quem vai ficar com o teu filho para você trabalhar?”</i> e ela respondeu: <i>você perguntou isso para o homem que veio antes de mim? Porque ele também tem filho.</i> Então, a gente é muito excluída por ter filhos. Eu tenho uma empresa para poder dar mais atenção para o meu filho e agora você está dizendo que não pode, então, é muito contraditório. E tem uma coisa que eu estou observando. Eu tenho 27 anos e as minhas amigas empreendedoras falam que não querem ter filhos porque isso vai atrapalhar a minha carreira e eu acho um absurdo, porque no fim, a gente tem que abdicar de alguma coisa. Os homens não têm essa opção. Ele pode escolher pelos dois, porque ele sabe que vai ter alguém ali cuidando da criança. A maioria que empreende é para ter mais tempo, mobilidade de dar conta da família, da criança, do negócio, mas ao mesmo tempo, o mercado obriga ela a escolher, independentemente de ser uma CLT ou empreendedora.</p> <p>Mas eu acho que tem um movimento que está crescendo a quantidade de mulheres, ainda é a minoria, exemplo, cotas. Então, a gente vai ter um edital só para mulheres. Dentro das associações de municípios vão ter ao menos uma mulher, ou seja, o clube da Luluzinha. Eles lá e a gente aqui. Eu acho que isso já divide. Até mesmo porque a maior parte do mercado é masculina.</p>	
	<p>ENT 3 – Acredito que sim. Não sou casada, eu ainda estou namorando, mas eu percebo muito essa dificuldade de fazer um balanço. Então, como balancear essa parte estou falando para fazer uma captação de vendas, mas de vez em quando eu vou ter que abdicar de algumas coisas comerciais que seriam importantes para a minha vida profissional para eu dar atenção para a minha família, relacionamentos em geral, amigos, enfim. Eu conheço muitas empreendedoras que falam que não têm amigos, então, isso prejudica muito as pessoas como um todo, de forma social, que não consegue criar laços, além dos comerciais</p>	4

Fonte: Elaborado pela autora, (2022).

Conforme o Quadro 6, as entrevistadas pontuaram que suas maiores dificuldades estão atreladas a desenvolver *networking* e obter capital; contudo, o que foi mais frequente em suas falas foi a idade. As empreendedoras relataram que ainda são medidas pela sua idade; ou seja, são subjugadas, principalmente, quando muito jovens, mesmo no ramo de tecnologia, tido como ambiente com executivos(as) mais jovens e mesmo, trabalhadores(as), que outros ramos tradicionais da economia.

Atualmente, há muitas gerações coexistindo nas organizações: os *baby boomers*, a geração X, a geração Y e a geração Z (MATTHEWMAN, 2012), havendo divergências entre elas, quanto a aspectos culturais, religiosos e políticos e ainda, apresentando hábitos e necessidades peculiares no ambiente de trabalho (VELOSO, 2012; VELOSO, SILVA e DUTRA, 2012).

Cabe ainda destacar que, independentemente da idade, 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. De acordo com a ACATE em parceria com a Neoway, apenas 27,2% dos empreendedores nesse meio são mulheres (ACATE, 2022).

Na busca da compreensão das ações empreendedoras das mulheres no segmento de TI, constatou-se que elas estão percebendo uma sutil melhora, considerando que o governo está se apropriando de editais, que promovam a inovação, sobretudo em áreas relacionadas à tecnologia, voltadas para as mulheres.

Por exemplo, o programa SEBRAE DELAS (2022), e ainda, a FAPESC, que mais recentemente lançou o Edital de Chamada Pública 06/2022, Programa Mulheres +Tec, com vistas a estimular o empreendedorismo feminino, por meio de apoio financeiro para disseminação de *startups* lideradas por mulheres. Ainda assim, as empreendedoras respondentes, apontaram que ainda há muito o que lutar. Elas admitem que para conquistarem posições requisitadas, como CEO de uma empresa, por exemplo, necessitam provar a sua capacidade, muito além do que os homens (FAPESC, 2022).

Ainda assim, uma das entrevistadas ressaltou que não basta criar cotas específicas para mulheres - como uma ação de filantropia - deve-se buscar a mudança de comportamento, de cultura, pela conquista de voz e vez no ambiente de negócios. As mulheres deveriam mudar de postura, promovendo o convívio - em eventos formais de discussão sobre empreendedorismo feminino - aos homens, para não reforçar a desigualdade e os estereótipos, já arraigados no ambiente de negócios de tecnologia.

Conforme a fala da ENT 1, ainda há restrição ao capital ofertado para mulheres, como por exemplo, as exigências de comprovações para as empreendedoras obterem recursos, que se comparadas ao sexo masculino, são muito maiores.

Contudo, parece intrigante, pois a mesma entrevistada relatou que conseguiu um investidor para o seu negócio; portanto, questionou-se: *Como foi para você solicitar esse capital para o investidor? Você não encontrou burocracia, dificuldade?* A respondente, mencionou que o investimento foi possível, devido à “ponte”, que o seu professor orientador havia feito com o referido investidor, considerando que o seu professor conhecia muito bem o projeto. Contudo, ela relatou que [...] “eu fiz o *pitch* de apresentação da minha proposta de negócio para ele, a gente fez a proposta e a contraproposta, ficamos de 1 a 2 meses em negociação, entendendo a parte do negócio em que ele iria entrar e então eu tive a felicidade de ter alguém que fizesse

essa “ponte”, que confiava tanto no projeto quanto em mim, e sabia que era uma proposta boa. Essa “ponte” foi essencial.

No Brasil, percebe-se algumas ações para maior acesso das mulheres ao capital, como já mencionado sobre programas do SEBRAE e FAPESC, esta última, com o Mulheres +Tech da FAPESC, que objetiva: “Apoiar Startups lideradas por mulheres, por meio de recursos de subvenção econômica (recursos não reembolsáveis), para o desenvolvimento de produtos (bens e/ou serviços) ou de processos inovadores de base tecnológica no desenvolvimento de Startups que incorporem novas tecnologias aos setores econômicos estratégicos do estado de Santa Catarina e, contribuir para o aumento da participação feminina no Ecosistema Catarinense de CTI (FAPESC, 2022).

Em agosto de 2022, a **Caixa Econômica Federal** (CEF) lançou um programa direcionado ao público feminino, o Caixa Pra Elas. E, até o final de agosto, pretende que mil agências tenham espaços dedicados às mulheres, e ainda, 8 mil empregados estarão capacitados para o atendimento especializado a este público (ESTADÃO CONTEÚDO, 2022).

Segundo o *site* do banco:

O CAIXA Pra Elas foi criado para acolher, incentivar e dar oportunidades para todas as mulheres do Brasil. Com um atendimento dedicado ao público feminino, oferece orientação sobre prevenção à violência, promoção de educação financeira e empreendedorismo e produtos e serviços pensados pra elas (CAIXA, 2022).

Contudo, ações específicas para mulheres empreendedoras do segmento de tecnologia devem ser fomentadas e assim, disponibilizadas pelos bancos tradicionais e, inclusive, por aceleradoras considerando o capital de risco, inerente a este segmento de negócios, de alto risco.

5 CONCLUSÃO

O caminho para empreender perpassa o enfrentamento de desafios, independentemente de gênero. No entanto, conforme discutido nesta dissertação, as mulheres tendem a encontrar maiores obstáculos, como se abordou, a temática é embebida de questões sociológicas e culturais, que transcendem gerações.

Nesse cenário, observa-se que as mulheres lutam por seus direitos e igualdade de oportunidades, demonstrando avanços na conquista de espaços, na sociedade como um todo e, no ambiente de trabalho.

Cotidianamente, os homens são associados ao poder, à coragem para assumir riscos, o que perpetua na figura do empreendedor; já, as mulheres, tendem a ser enquadradas no senso comum, ao papel maternal, de cuidadora do lar, conferindo aos homens, a posição de provedor. Estes papéis se perpetuam nas organizações, reforçado pelo fato do setor de tecnologia, ser predominantemente masculino.

Portanto, buscou-se compreender como são as dificuldades em expandir sua rede de *networking*, acesso ao capital, o equilíbrio da carreira com a família e de se aperfeiçoar, por meio do acesso à educação e experiência.

Diante disso, acredita-se que esta dissertação alcançou o objetivo a que se propôs, qual seja: Analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de fundadoras de *startups*, principais *drivers* e dificuldades.

“Como ocorre o empreendedorismo feminino no setor de Tecnologia, tido como majoritariamente masculino?” Para tanto, além dos resultados da fundamentação teórica, foram aplicados instrumentos de coleta de dados (questionário e entrevista) com fundadoras de empresas de tecnologia.

Neste contexto, a exemplo da revisão exploratória da literatura e dos relatos obtidos por meio dos questionários e das entrevistas, foi possível observar que, culturalmente, as mulheres ainda são julgadas pelo estereótipo de gênero, que reflete em obstáculos, que se tornam ainda maiores, quando as empreendedoras são colocadas à frente de ambientes hostis em que há predominância masculina.

Em linhas gerais, pela revisão exploratória da literatura, observou-se que as mulheres sentem mais obstáculos para empreenderem quando se tornam mães, o que foi confirmado pelas mulheres respondentes. Ressaltando que, geralmente, quando são mães, procuram redes de apoio para conseguir conciliar sua nova missão de empreendedora com a família. Ou procuram, primeiramente, organizar seu

negócio, para então, decidir ter filhos, pois, acreditam que a maternidade afeta a sua carreira. Por outro lado, houve posicionamento de empreendedoras que ao entrarem no mundo do empreendedorismo proporcionou a elas, maior flexibilidade, realização pessoal e autonomia.

As mulheres entrevistadas salientaram que sentem preconceito de gênero devido à sua idade. Quanto mais jovem for, a tendência para ser desacreditada pelo homem ou mesmo pela sociedade é maior, porque remete à pouca experiência. Principalmente, considerando que o segmento de tecnologia é predominantemente masculino. Afinal, 51% delas relatam sofrer preconceito no ambiente de trabalho (SEBRAE, 2019).

A maior parte das mulheres respondentes empreenderam por oportunidade e reforçaram que, para elas, as suas maiores motivações estão relacionadas, com maior frequência: propósito de vida, realização pessoal, flexibilidade e autonomia; e claro, relatam contribuir com a renda da família.

Das mulheres respondentes, poucas utilizaram alguma linha de crédito, e uma das entrevistadas pontuou que para dar início ao seu negócio, conseguiu aporte financeiro por meio de investidor, sendo que seu professor orientador de graduação havia feito a "ponte" entre o investidor e a aspirante à empreender, contudo, a empreendedora teve que apresentar o seu projeto por meio de *pitch* de apresentação e foram negociando durante aproximadamente 2 meses até, de fato, ter sido aprovada pelo investidor.

No que tange o equilíbrio trabalho e família, as mulheres acreditam que ser mães dificulta o início de um empreendimento e as que não são mães e empreendem, demonstraram priorizar a carreira, evitando ter filhos ou postergando a maternidade.

Como oportunidade para trabalhos futuros, sugere-se estudar com mais propriedade as limitações de crédito para as mulheres empreendedoras e explorar a associação entre gênero, idade e segmento de tecnologia.

REFERÊNCIAS

- ABSTARTUPS^a. Associação Brasileira de Startups. **Mas afinal, o que são startups?** Disponível em: <https://abstartups.com.br/definicao-startups/>. Acesso em: 17 mai.2022.
- ABSTARTUPS^b. Associação Brasileira de Startups. **O universo de startups como você nunca viu.** Disponível em: <https://abstartups.com.br/pesquisas/>. Acesso em: 17 mai. 2022.
- ABSTARTUPS^c. Associação Brasileira de Startups. **Fases de uma startup:** saiba tudo sobre cada etapa. Disponível em: Fases de uma startup: conheça o que caracteriza cada fase (abstartups.com.br). Acesso em: 12 mai. 2022.
- ACATE. Associação Catarinense de Tecnologia. **Programa Mulheres.** Disponível em: <https://www.acate.com.br/programas/mulheres-acate/>. Acesso em 10 abr.2022.
- AERNOUDT, R.; JOSÉ, A. S. A gender financing gap: fake News or evidence?, **Venture Capital.** 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13691066.2020.1747692>. Acesso em 20 ago. 2021.
- AGENDA 2030 para o desenvolvimento sustentável. **Confederação nacional de municípios,** 2021. Disponível em: <http://www.ods.cnm.org.br/agenda-2030>. Acesso em 10 out.2021.
- ALENCAR, M. D. de M. **Visibilidade de gênero no corpo discente do curso ciência e tecnologia na UFERSA Angicos:** histórias de vida e identidades. Monografia (Graduação em Ciência e Tecnologia) – Universidade Federal Rural do Semiárido, Angicos, 2013, 37p.
- AMARAL, M. R. do. **Empoderamento da mulher empreendedora: Uma abordagem visando o enfrentamento de barreiras.** 2019. 198f. Dissertação(mestrado) Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2020/02/Dissertac%CC%A7a%CC%83o_Melissa_Amaral_Final.pdf. Acesso em 20 abr. 2021.
- AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino:** razão do empreendimento. 2017. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf
- ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico:** elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo, SP: Atlas, 2010.
- ANJOS DO BRASIL. (2022). Disponível em: <https://www.anjosdobrasil.net/>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- ANPROTEC. Incubadoras em operação. **Associação Nacional De Entidades Promotoras De Empreendimentos Inovadores.** 2022. Disponível em: <https://anprotec.org.br/site/lideres-tematicos/incubadoras-em-operacao/>. Acesso em: 13 out. 2021.

APARECIDO, F. dos R. **A mulher e o mercado de trabalho masculino**. 2015. Monografia (Curso de Especialização Educação em Direitos Humanos), Universidade Federal do Paraná, 2015.

ASHCRAFT, C.; MCLAIN, B.; EGERM E. **Women in tech: The facts**. Colorado, CO, USA: National Center for Women & Technology (NCWIT), 2016.

ATLAS. **Atlas do desenvolvimento humano no Brasil**. Acervo. Entenda o que é o projeto Atlas, o conceito de desenvolvimento humano, o IDHM e sua metodologia. 2022. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/acervo/biblioteca>. Acesso em 20 jun. 2022.

BACKES, D. S. **Vislumbrando o cuidado de enfermagem como prática social empreendedora**. 2008. 245 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Enfermagem, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/91850>. Acesso em: 05 dez. 2021.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1ª ed., São Paulo: Almedina, 2011.

BERGER, S. C.; KUCKERTZ, A. Female entrepreneurship in startup ecosystems worldwide. **Journal of business research**, v. 69, p. 5.163-5168, 2016.

BOLSON, S. B.; OLIVEIRA, L. M. P.; VALE, M. P. Empreendedorismo feminino: Desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 3, n. 02, 2018.

BONNICI, T. **Teoria e crítica literária feminista: conceitos e tendências**. 1. Ed. Maringá: UEM, 2007, 297p.

BOSCO, B. D.; MAZZUCHELLI, A.; CHIERICI, R., GREGORIO, A. D. Innovative startup Creation: the effect of local factors and demographic characteristics of entrepreneurs. **International Entrepreneurship and management journal**, v. 17, n. 164, p. 145-164, 2021.

BOTELHO, L. de L. R. **Ascensão profissional de executivas em empresas baseadas no conhecimento**. 2008. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/91223>. Acesso em: 12 jan. 2022.

BRACHES, B.; ELLIOTT, C.; Articulating the Entrepreneurship career: A study of German women entrepreneurs. **International small business journal: Researching Entrepreneurship**, v. 35, n. 5, p. 535-557, 2016.

BRASIL_a. **Constituição Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em jul. 2022.

BRASIL_b. Ministério da Saúde. **Coronavírus**. Governo do Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins/epidemiologicos/covid-19/2022>

- BRISTOT, P. C. **A representação das personagens femininas nos games**. 2016. TCC (Graduação), Curso de Tecnologias da Informação e Comunicação, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Araranguá, 201, p. 90.
- BRUCE, D. Do husbands matter? Married women entering self-employment. **Small Business Economics**, v.13, p. 317-329, 1998.
- BRUSH, C. G.; BRUIN, A. de.; WELTER, F. A gender-aware framework for women's Entrepreneurship. **International journal of gender and Entrepreneurship**, v. 1, n.1m p. 8-24, 2009.
- BUDYLDINA, N. Entrepreneurial universities and regional contribution. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 14, p. 265-277, 2018.
- CAIXA. **Caixa Pra Elas**. Disponível em: <https://www.caixa.gov.br/caixa-para-elas/Paginas/default.aspx>. Acesso em ago. 2022.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto cria programa de estímulo ao empreendedorismo feminino**: entre outras medidas, o programa prevê linhas de financiamento com taxas reduzidas para mulheres. (2022). Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/899398-projeto-cria-programa-de-estimulo-ao-empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: jul. 2022.
- CARAYANNIS, E. G.; ZEDTWITZ, M. V. Architecting gloCal (global-local), real-virtual incubator networks (G-RVINS) as catalysts and accelerators of Entrepreneurship in transitioning and developing economies: lessons learned and best practices from current development and business incubation practices. **Technovation**, v. 25, p. 95-110, 2005.
- CARREIRA, D.; AJAMIL, M.; MOREIRA, T. **A liderança feminina no século 21: mudando o mundo**. São Paulo: Cortez, 2001.
- CARVALHO, A. E. L. de. **Da participação ao ativismos**: as tecnologias da informação e comunicação aliadas ao feminismo. 2015. TCC (Graduação), Curso de Tecnologias da Informação e Comunicação, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Araranguá, 2015, p. 113.
- CFEMEA. Centro Feminista de Estudos e Assessoria. **Primeiras ONGs do movimento feminista e de mulheres - 1980**. Disponível em.: https://www.cfemea.org.br/plataforma25anos/_anos/1980.php?iframe=1_a_ong_feminista. Acesso em: 12 mai. 2022.
- CHÁVEZ, M. G. G. **O mais profundo é a pele: sociedade cosmética na era da biodiversidade**. 2004. 249 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/88136>. Acesso em: 05 dez. 2021.
- CHENG, A., KOPOTIC, K., ZAMARRO, G. Can parents' growth mindset and role modelling address STEM gender gaps?. **Edre working paper**, 7p, 2017. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2920623 Acesso em: 10 mai. 2022.

- COCREATION Lab. **Cocreation lab mulher**. Disponível em: <https://cocreationlab.com.br/cocreation-lab-mulher/>. Acesso em 10 abr.2022.
- COLOMBO, M. G.; GRILLI, L. Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view. **Research policy**, v. 34, n. 6, p. 795-816, 2005.
- CONSTANTE, M. da C. **A desigualdade das mulheres no mercado de trabalho na área de tecnologias da informação e comunicação**. 2021. TCC (Graduação), Curso de Tecnologias da Informação e Comunicação, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Araranguá, 2021, p. 74.
- COUTO, M. H. G. **Análise do ciclo de vida das startups**: características, agentes e riscos associados. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-14022020-110320/pt-br.php>. Acesso em: 17. Abr. 2022.
- DE FRANÇA BARBOSA, L. G.; HOFFMANN, V. E. Incubadora de empresas de base tecnológica: percepção dos empresários quanto aos apoios recebidos. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 10, n. 3, p. 206-229, 2013.
- DEMARTINO, R.; BARBATO, R. Differences between women and men MBA entrepreneurs: Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. **Journal of business venturing**, v. 18, n. 6, p. 815-832, 2003.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DORNELAS, J. C. A. **Planejando incubadoras de empresas**: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras. Rio de Janeiro: Campos, 2002, p. 134.
- DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship)**: Prática e Princípios. Ed. Pioneira; 6 edição. São Paulo, 1996.
- EKINSMYTH, C. Mother's business, work/life and the politics of 'mumpreneurship'. Gender, place and culture: **A jornal of feminist geography**, v. 21, n. 10, p. 1230-1248, 2014.
- ESTADÃO CONTEÚDO. **Mulheres empreendedoras**. 2022. Disponível em: [https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empreendedoras/noticia/2022/08/caixa-lancara-programa-de-educacao-financeira-para-o-empreendedorismo-feminino.html#:~:text=A%20Caixa%20Econ%C3%B4mica%20Federal%20\(CEF,capacitados%20para%20o%20atendimento%20especializado](https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empreendedoras/noticia/2022/08/caixa-lancara-programa-de-educacao-financeira-para-o-empreendedorismo-feminino.html#:~:text=A%20Caixa%20Econ%C3%B4mica%20Federal%20(CEF,capacitados%20para%20o%20atendimento%20especializado). Acesso em ago. 2022.
- ETZKOWITZ, H.; ZHOU, C. **Hélice Tríplice**: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. *Estudos avançados*, v.31, n. 90, p.23-48, 2017.
- FABOWALE, L.; ORSER, B.; RIDING, A. Gender, structural factors, and credit terms between Canadian small businesses and financial institutions. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 19, n. 4, p. 41-65. (ANO?)
- FAPESC. **Programa Mulheres+Tec**. 2022. Disponível em: <https://www.fapesc.sc.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/cp-06-2022-mulheres-mais-tec.pdf>. Acesso em jul. 2022.

FERENHOF, Helio Aisenberg; FERNANDES, Roberto Fabiano. Desmistificando a revisão de literatura como base para redação científica: método SSF. **Revista ACB**, v. 21, n. 3, p. 550-563, 2016.

FERNANDES; J. A.; CAMPOS, F.; SILVA, M. O. **Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender**. Contribuciones a las Ciencias Sociales, Servicios Académicos Intercontinentales SL, 2003. Disponível em: <https://ideas.repec.org/a/erv/coccss/y2013i2013-0611.html>. Acesso em: jul. 2022.

FILCULESCU, A. O cenário heterogêneo da inovação em empresas lideradas por mulheres - comparações entre países. **Management & Marketing. Desafios para a sociedade do conhecimento**, v. 11, No. 4, pp. 610-623, 2016.

FISCHER, E.; REUBER, A. R.; DYNE, L. S. A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, V. 8, p. 151-168.

FRANÇA, F. F.; CEZAR, K. P. L.; CALSA, G. C. Nova proposta de educação na Primeira República Brasileira: a co-educação dos sexos. **Revista HISTEDBR Online**, Campinas, n. 27, p. 127-142, 2007.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. 3.ed. Brasília: Líber Livro, 2008.

FREIRE, P. de S. **Aumente a qualidade e quantidade de suas publicações científicas**: manual para elaboração de projetos e artigos científicos. Curitiba: CRV, 2013. P. 87.

GE, T.; ABBAS, J.; ULLAH, R.; ABBAS, A.; SADIQ, I.; ZHANG, R. Women's entrepreneurial contribution to Family income: Innovative technologies promote female's Entrepreneurship amid COVID-19 crisis. **Frontiers in Psychology**, v. 13, n. 828940, p. 1-10, 2022.

GEM, **Global Entrepreneurship. Women's Entrepreneurship 2020/21**, Thriving Through Crisis. Lodon, 2021. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-202021-womens-entrepreneurship-report-thriving-through-crisis>

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2019**. Relatório executivo. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em jul. 2022.

GERALDO, I. **O impacto do microcrédito na trajetória sócio-ocupacional das mulheres empreendedoras: a experiência da blusol**. 2004. 144 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/86790>. Acesso em: 20 abr. 2022.

GIBBS, Sherrhonda R. The bitter truth: A comparative analysis of black male and black female entrepreneurs. **Journal of Developmental Entrepreneurship**. v.19, n. 1, 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. Editora Atlas SA, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Coord. de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2020. 200p.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: pesquisa completa**. Curitiba: IBQP, SEBRAE, SENAI, SESI, UFPR, 2010.

GOMES, A. F. The otherness at work: Woman and management. **REGE Revista de Gestão**, v. 12, n.3, p. 1-9, 2005.

GUO, Q.; CHEN, S.; ZENG, X. Does Fintech narrow the gender wage gap? Evidence from China. **China & world economy**, v. 29, n. 4, p. 142-166, 2021.

GURGEL, T. **Feminismo e luta de classe**: história, movimento e desafios teórico-políticos do feminismo na contemporaneidade. **Fazendo gênero**. Diásporas, Diversidades, Deslocamentos, 2010. Disponível em: http://www.fg2010.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1277667680_AR QUIVO_Feminismoelutadeclasse.pdf. Acesso em jul. 2022.

HAJE, L. **Projeto cria programa de estímulo ao empreendedorismo feminino**: entre outras medidas, o programa prevê linhas de financiamento com taxas reduzidas para mulheres. 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/899398-projeto-cria-programa-de-estimulo-ao-empreendedorismo-feminino>. Acesso em: 29 jul. 2022.

HEERDT, M. L.; LEONEL, V. **Metodologia científica**: disciplina na modalidade a distância. 2. ed. rev. Palhoça: UnisulVirtual, 2006.

HINZMANN, M. **Supporting high-tech female entrepreneurs through incubators and accelerators: an evaluative study**. Norwegian school of economics. Dissertação de Mestrado, 2020, p.80.

HIRISCH, R. D.; PETERS, M.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOANG, N.; NAHM, D.; DOBBIE, M. Innovation, gender, and labour productivity: Small and médium enterprises in Vietnam. **Word development**, v. 146, p. 105619, 2021.

IATA, C. M. **Liderança feminina: a experiência de mulheres que se tornaram líderes em empresas de base tecnológica**. Tese, 2020.

IOST, M. C. **Programa personalizado de alimentação – Personal Nutrition**: uma proposta empreendedora para a nutrição. 2003. 137 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/85273>. Acesso em: 20 dez. 2020.

ISAGA, N. Start-up motives and challenges facing female entrepreneurs in Tanzania. **International jornal of gender and Entrepreneurship**, p. 18, 2018.

ITANI, H.; SIDANI, Y. M.; BAALBAKI, I. Unites Arab Emirates female entrepreneurs: motivations and frustrations. **Equality, diversity and inclusion: Na international jornal**, v. 30, n. 5, p. 409-424.

ITAU MULHER EMPREENDEDORA. **Itaú meu negócio**, 2021. Disponível em: <https://www.itaumeunegocio.com.br/trilhas-aprendizado/mulher-empreadedora>. Acesso em: 13 abr. 2022.

JACOBS, S. F.; BUDREVICH, A. **Fostering Digital Transformation within Corporations–Business Incubation or Acceleration?**. 2018.

JACQUES, C. da G. **A Construção social da empresa em tempos de responsabilidade social corporativa: um estudo de caso a partir da whirlpool sa**. 2010. 136 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/93648>. Acesso em: 01 mar. 2022.

JAISWAL, M. Gender differences and new venture performance. **New England journal of entrepreneurship**, v. 23, n. 1, p. 41-61, 2020.

JENNINGS, J. E.; BRUSH, C. G. Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader Entrepreneurship literature? **The academy of management annals**, v. 7, n. 1, p. 667-715, 2013.

JENNINGS, J.; MCDUGALD, M. S.; Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. **Academy of management review**, v. 32, n. 3, p. 747-760, 2007.

JOONA, P. A. How does motherhood affect self-employment performance? **Small Business Economics**, v. 50, p. 29-54, 2018.

JOYCE AFONSO. **Pitch**: o que é e como montar sua apresentação? Brasil, 2022. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/pitch/>. Acesso em: 10 ago. 2022

KANAN, L.A. **Poder e liderança de mulheres nas organizações de trabalho**. Organizações & Sociedade, v. 17, n. 53, p. 243-257, Salvador, 2010. Acesso em: jul. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/osoc/a/Nm5NNr77WbKLT7JQhS8jZWS/?format=pdf&lang=pt>

KAUTNICK, A. M. **O empreendedorismo inovador sob uma perspectiva de gênero**. 2020. 88 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/216281>. Acesso em: 20 jan. 2022.

KETS de VRIES.; MANFRED, F. R. **Liderança na Empresa**: como o comportamento dos líderes afeta a cultura interna. São Paulo: Atlas, 1997.

KÉZAI, K. P.; SZOMBATHELY, M. K. Factors effecting female startupper in Hungary. **Economics and Sociology**, v.14, 186-203, 2021.

KIRZNER, I. Competition and Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago, 1973.

KOFLER, B.; PANGESTU, M. **We-Fi Annual Report 2021**. Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi). 2021, 87p. Disponível em: <https://we-fi.org/wp-content/uploads/2022/03/We-fi-2021-Annual-Report.pdf>. Acesso em Jul. 2022.

- KUSCHEL, K.; ETTL, K.; GARCÍA, C. D; ALSOS, G. A.; Stemming the gender gap in STEM Entrepreneurship – insights into women’s Entrepreneurship in Science, technology, engineering and mathematics. **International Entrepreneurship and management jornal**, v. 16, p. 1-15, 2020.
- LEWIS, P. The quest for incvisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship. **Gender, Work & Organization**, v. 13, n. 5, p. 453-469.
- LIMA, G. Si.; CARVALHO NETO, A.; TANUREM B. Executivos jovens e seniores no topo da carreira: conflitos e complementaridades. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 18, p. 63-96, 2012.
- LIN, T.-L.; LU, T.-Y.; HSIEH, M.-C.; LIU, H.-Y. From conception to start-up: Who and what affect female entrepreneurship. **Contemporary Management Research**, v. 14, n. 4, p. 243-276, 2018.
- LOSCOCO, K. A.; ROBINSON, J.; HALL, R. H.; ALLEN, J. K. Gender and small business success: An inquiry into women’s relative disadvantage. **Social forces**, v. 70, n. 1, p. 65-85, 1991.
- MACHADO, F. B. Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. Encontro da ANPAD, 36, In: **Anais...** Rio de Janeiro, 2012.
- MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 23, 1999, Foz do Iguaçu. In: **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 1999.
- MADALOZZO, R.; MARTINS, S. R.; SHIRATORI, L. **Participação no mercado de trabalho e no trabalho doméstico: homens e mulheres têm condições iguais?** Estudos feministas. Faculdade de economia, administração e contabilidade, USP, Florianópolis, 2010.
- MANOCHA, P.; HUNT.; R. A.; TOWNSEND, D. M.; STALLKAMP, M. When rising tides lift some boats more than others: Gender-based differences in the external enablement of Entrepreneurship. **Journal of developmental entrepreneurship**, v. 26, n. 3, p. 29, 2021.
- MARLOW, S; MCADAM, Maura. Analyzing the influence of gender upon high-technology venturing within the contexto of business incubation. **Entrepreneurship theory and practice**, p. 655-676, 2012.
- MATOS, F.; RADAELLI, V. Ecosistema de startups no Brasil: Estudo de caracterização do ecossistema brasileiro de empreendedorismo de alto impacto. **BID**, 2020.
- MATTHEWMAN, J. **Os novos nômades globais**. São Paulo: Clio Editora. 2012.
- MCGOWAN, P.; COOPER, S.; HAMPTON, A. Developing quality in networks: The experience of male and female entrepreneurs in new technology-based ventures. In **new technology-based firms in the millennium**. p. 71-94, 2015.
- MCKINSEY & COMPANY. **Working in the workplace 2015**. 2015. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>. Acesso em jul.2022.

MENDONÇA, H. Conheça a Geração Z: nativos digitais que impõem desafios às empresas. **ELPAÍS Brasil**, 2015. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html em julho de 2022. Acesso em jul. 2022.

MEYER, D. E. Etnia, raça e nação: o currículo e a construção de fronteiras e posições sociais. In: COSTA, M. V. (Org). **O currículo os limiares contemporâneo**. Rio de Janeiro: DEP&A Editora, 1996, p.39-61.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. In: **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 2004. p. 269.

MOORE, C. Understanding entrepreneurial behavior. **Academy of Management bes paper proceedings**, Chicago, p. 66-70, 1986.

MORAES, L. V. dos S. de. **A trajetória das reitoras em Santa Catarina: ser mulher é apenas um detalhe**. 2008. 256 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/91262>. Acesso em: 05 dez. 2022.

MORAZZONI, M.; SY, A. Female Entrepreneurship, financial frictions and capital misallocation in the US. **Journal of monetary economics**, v.129, p. 93-118, 2022.

MORO, Fr. F. **Gênero em redes sociais**: um incentivo à construção de computação inclusiva. 2016. TCC (Graduação), Curso de Tecnologias da Informação e Comunicação, Araranguá, 2016, p. 80.

NATIVIDADE, D. R. da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista Administração Pública**. 2009, v. 43, n. 1, p. 231-256. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/4W3tx5pLKYYTsTqtmcQD9BC/#ModalArticles>. Acesso em: 13 dez. 2021.

NEWMAN, A. B.; ALVAREZ, S. Questioning boundedly rational frameworks in practice: The case of women entrepreneurs in Kumasi, Ghana. **Journal of Business Venturing**, v. 37, n. 4, 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902622000179>. Acesso em 12 jul. 2022.

NOOR, N. M. Work-family conflict, locus of control, and women's Well-being: tests of alternative pathways. **The journal of social psychology**, v. 142, n. 5, p. 645-662, 2002.

NUNES, J. H. Gênero e raça no trabalho em tecnologia da informação. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 52, n. 3, p. 383-396, 2016.

OBSERVATÓRIO ACATE. **Tech report 2021**: Panorama setor de tecnologia catarinense. Disponível em: <https://www.techreportsc.com/>. Acesso em: 10 abr. 2022.

OLIVEIRA, M. **Homem e mulher a caminho do século XXI**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

ORTIGARA, A. A. **Causas que condicionam a mortalidade e/ou o sucesso das micro e pequenas empresas no estado de Santa Catarina**. 2006. 168 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/89556>. Acesso em: 05 dez. 2021.

OXIGÊNIO ACELERADORA. **Mulheres CEO: Quais são as startups brasileiras lideradas por mulheres?** 2021. Disponível em: <https://blog.oxigenioaceleradora.com.br/mulheres-ceo-3/>. Acesso em jul. 2022.

PAOLONI, P.; DUMAY, J. The relational capital of micro-enterprises run by women: The startup phase. **VINE**, v. 45, n. 2, p. 172-197, 2015.

PAVAN, A. C.; ORTEGA, L. M.; NOGUEIRA, A. J. F. M. Quais As Razões De Haver Poucas Startups Fundadas Por Mulheres? **South American Development Society Journal**, v.7, n.20, p. 204, set. 2021. Disponível em: <http://www.sadsj.org/index.php/revista/article/view/427/382> Acesso em: 13 abr. 2022.

PISSETTI, C. P. **Jogos e gênero pesquisa sobre uso, hábitos e práticas de mulheres jogadoras de videogames**. 2017. TCC (Graduação), Curso de Tecnologias da Informação e Comunicação, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Araranguá, 2017, p. 71.

POMPERMAIER, L.B. **Modelo Press: evoluindo a adoção de práticas de engenharia de software em startups digitais**. 2021. 156 f. Tese (Doutorado), Curso de Ciência da Computação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em: 000500338-Texto+completo-0.pdf (pucrs.br). Acesso em: 23 jul. 2022.

PPGTIC. **Programa de Pós-graduação em tecnologias da informação e comunicação**, Araranguá, 2021. Acesso em: 07 out.2021. Disponível em: <https://ppgtic.ufsc.br/sobre-o-ppgtic/>.

PROBST, E. R.; RAMOS, P. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Instituto Catarinense de Pós-Graduação, v.1, n. 1, p. 1-8, 2013. Disponível em: <https://docplayer.com.br/109561-A-evolucao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho.html>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**, 2ª ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

REDE CATARINENSE DE CENTROS DE INOVAÇÃO.2022. **Guia dos Centros**. Disponível em: <http://centrosdeinovacao.sc.gov.br/documentos/>. Acesso em: 10 jun. 2022.

RELATÓRIO DO DESENVOLVIMENTO HUMANO. **Relatório do Desenvolvimento Humano 2015**: o trabalho como motor do desenvolvimento humano. 2015. Disponível em: <https://hdr.undp.org/system/files/documents//hdr2015reportptpdf.pdf>. Acesso em 20 jun. 2021.

REVELO. **Mulheres alavancam na área de tecnologia, mas diferença de salários aumenta.** 2020. Disponível em:

<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/06/mulheres-avancam-na-area-de-tecnologia-mas-diferenca-de-salarios-aumenta.htm>. Acesso 20 de maio de 2022.

ROBICHAUD, Y.; CACHON, J. C.; MCGRAW, E. Gender differences in venture financing: a study among Canadian and us entrepreneurs. **Journal of developmental Entrepreneurship**. v. 24, n. 3, p. 1-21, 2019.

ROCHA, C. T. da C. **Gênero em ação: Rompendo teto de vidro: novos contextos da tecnociência.** 2006. 258 f. Tese (Doutorado), Curso de Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/88843>. Acesso em: 07 nov. 2021.

ROCHA, E. L. de C. Oportunidade Ou Necessidade? Um Estudo Do Impacto Do Empreendedorismo No Desenvolvimento Econômico. **Revista Gestão em Análise**, v. 3, n. 1/2, p. 31-46, abr. 2016. Disponível em:

<https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/146/377>. Acesso em: 06 ago. 2022.

ROCHA, M. F. **Análise de perfil do público feminino do campus Araranguá com relação aos jogos digitais e de tabuleiro.** 2015. TCC (Graduação), Curso de Tecnologias da Informação e Comunicação, Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Araranguá, 2015, p. 55.

ROCHA, V.; PRAAG, M. V. **Do (female) founders influence (female) joiners to become founders too?** Paper presented at DRUID17 Conference, New York, 34p, 2017.

ROCHA, V.; PRAAG, M. V. Mind the gap: The role of gender in Entrepreneurial career choice and social influence by founders. **Journal strategic management**, v. 41, p. 841-866, 2014.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C.F; LUCIO, M. P.B. **Metodologia da Pesquisa.** 5. Ed. Porto Alegre (RS): Penso, 2013.

SARKAR, S. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado.** Soumodip Sarkar. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SATPAYEVA, Z. T.; KIREYEVA, A. A.; KENZHEGULOVA, G.; YERMEKBAYEVA, D. Gender equality and women business of framwork 5Ms in Kazakhstan: Analysis directions. **Journal of Aslan Finance, Economics and Business**, v. 7, n. 3, p. 253-263, 2020.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, J. **The theory of economic development.** Harvard University Press, 1934, v.1.

SCHUMPETER, J. **The Theory of economic development**. Harvard University Press, 1949, v.2.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Amp; Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721>. Acesso em mai. 2022.

SEBRAE DELAS. **A força das mulheres que empreendem por toda Santa Catarina**, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/sebrae-delas#conteudo>. Acesso em jun. 2022.

SEBRAE. **As 10 maiores características do empreendedor**. 2022. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/am/artigos/as-10-maiores-caracteristicas-do-empreendedor,e7d4d2391f45f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em 10 abr 2022.

SEBRAE. **A representatividade das mulheres na tecnologia**. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/representatividade-das-mulheres-na-tecnologia>. Acesso em jul. 2022.

SEBRAE/FGV. **13ª Pesquisa de Impacto da Pandemia do Coronavírus nos Pequenos Negócios**. Realizada pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV). 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/empreendedoras-negras-sofrem-com-queda-de-faturamento,d88767bf5496f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em jul de 2022.

SHUKLA, T.; CHAUHAN, G. S.; SAUMYA, S. Traversing the women entrepreneurship in South Asia: a journey of Indian startups through Lucite ceiling phenomenon. **Journal of enterprising communities: People and places in the global economy**, p. 25, 2018.

SILVA, R. M. da.; BEZERRA, I. C.; BRASIL, C. C. P.; MOURA, E. R. F. **Estudos qualitativos: enfoque teóricos e técnicas de coleta de informações**. Sobral: edições UVA, 2018. Disponível em: <https://portais.univasf.edu.br/medicina-pa/pesquisa/producao-cientifica/experiencias-qualitativas-ebook>. Acesso em jul. 2022.

SILVEIRA, R. M. C. F. **Inovação tecnológica na visão dos gestores e empreendedores de incubadoras de empresas de base tecnológica do paraná (IEBT-PR): desafios e perspectivas para a educação tecnológica**. 2007. 274 f. Tese (Doutorado), Curso de Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/89600>. Acesso em: 13 abr. 2022.

SOARES, T. A. Mulheres em ciência e tecnologia: ascensão limitada. **Quím. Nova**, São Paulo, v. 24, n. 2, p. 281-285, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/qn/a/nj3qnfJ8FNr79n9ZdncrVwF/>. Acesso em: 13 abr 2022.

SONG, J. V. J.; SALIAN, I.; KARIATH, R.; KRITCHAWAN. Improving the process of financial inclusion for women entrepreneurs in Indonesia. **Int. J. of Process Management and Benchmarking**, v. 4, p. 167-185.

SOUZA, J. J. **Mulheres na ti**: análise da inserção e situação das mulheres na área de tecnologia da informação na grande Florianópolis. 2017. 119f. TCC (Graduação) – Curso de Sistemas de Informação, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2017. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/11050>. Acesso em: 21 jul. 2021.

STARTUPBASE. Startups. **Acompanhe em tempo real as principais informações do ecossistema de startups através de nossas estatísticas**. Disponível em: <https://startupbase.com.br/home/stats>. Acesso em jun.2022.

STROBINO, M.R.C.; TEIXEIRA, R.M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicascos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **RAUSP Management Journal**, v.49, n.1, p. 59-76, 2004. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/28977/empreendedorismo-feminino-e-o-conflito-trabalho-familia--estudo-de-multicascos-no-comercio-de-material-de-construcao-da-cidade-de-curitiba>. Acesso em: 25 ago. de 2021.

SWAMINATHAN, S. **Women e early-stage entrepreneurship: examining the impact of the venture funding crisis on male and female-led technology startups**. 2010. Tese de Doutorado. Massachusetts Institute of Technology. 2010.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos de trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44-64, 10 mar. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855>.

TONOYAN, V.; STROHMMEYER.; JENNINGS, J. E. Gender gaps in perceived start-up ease: Implications of sex-based labor market segregation for Entrepreneurship across 22 European countries. **Administrative Science Quartely**, v. 4, 2019. <https://doi.org/10.1177/0001839219835867>

TORREÃO, N. A liderança feminina na perspectiva de gênero. **Revista Ártemis**, João Pessoa, v. 7, p. 101-121, dez.2007. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/8d488127b13a0c636b2997c53f230695/1?pq-origsite=gscholar&cbl=4708196>. Acesso em: 13 abr.2021.

TORRES, N. N. J.; SOUZA, C. R. B. Uma revisão da literatura sobre ecossistemas de *startups* de tecnologia. **XII Brazilian Symposium on Information Systems**, Florianópolis, SC, mai 17-20, 2016. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/sbsi/article/view/5986/5884>. Acesso em 18 jul.2021.

TURBAN, E.; KING, D.; MCKAY, J.; MARSHALL, P.; L, J.; VIEHLAND, D. **Electronic Commerce: A Managerial Perspective**, Pearson Education, Upper Saddle River, NJ, 2008.

UGHETTO, E.; ROSSI, M. C.; Audretsch, D.; Lehmann, E. E. Female Entrepreneurship in the digital era. **Small Business Economics**, v. 55, n. 2, p. 305-312, 2020.

UKPERE, C. L.; SLABBERT, A. D.; UKPERE, W, I. The relevance of modern technology usage on the business ventures of Kenyan women entrepreneurs. **Mediterranean journal of social sciences**, v. 5, n. 10, p. 58-66, 2014.

VADNJAL, Mateja; VADNJAL, Jaka; BERNIK DERMOL, Alenka. Proposal of a new research constructo in female Entrepreneurship. **Management Journal of Contemporary Management Issues**, v. 25, Special issue, p. 63-80, 2020.

VELOSO, E. F. R. É possível negar a existência da geração Y no Brasil? **Revista Organizações e Sociedade**, v.19, n.63, p.745-747, 2012. Disponível em: 10.1590/S1984-92302012000400011

VELOSO, E. F. R; SILVA, R. C; DUTRA, J. S. Diferentes gerações e percepções sobre carreiras inteligentes e crescimento profissional nas organizações. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v.13, n.2, p.197-207, 2012.

VILAS BOAS, A. **Valor feminino**: desperte a riqueza que há em você. São Paulo: Ed. do autor, 2020.

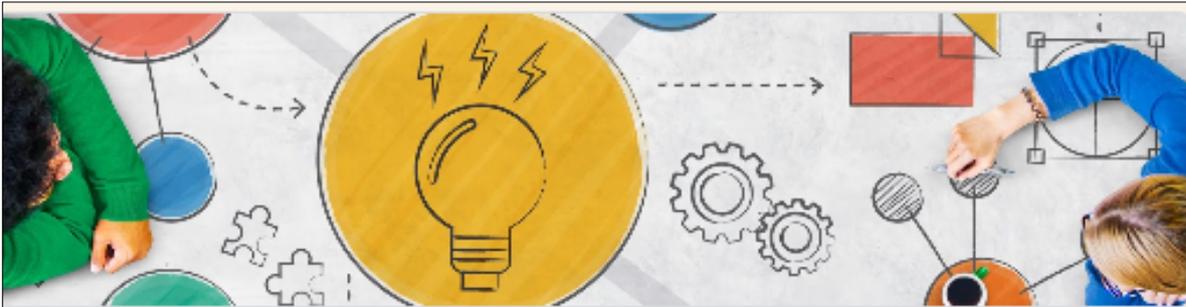
WAMUYU, P. K. The impact of information and communication technology adoption and diffusion on technology entrepreneurship in developing countries: The case of Kenya. **EconPapers economics at your fingertips**, v. 21, n. 2, p. 253-280, 2015.

WELSH, D. H. B.; MEMILI, E.; KACIAK, E.; AHMED, S. Sudanese women entrepreneurs. **Journal of developmental Entrepreneurship**, v.18, n. 2, p. 18, 2013.

WILLIAMS, S. D.; AMMETLLER, G.; ARDURA, I. R.; LI, A. X. Narratives of internacional women entrepreneurs: Na exploratory case study of identity negotiation in technology startups. **IEEE Transactions on professional communication**, v. 63, n. 1, p. 39-51, 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO COM AS MULHERES FUNDADORAS DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA



Seção 1 de 10

Pesquisa sobre: Empreendedorismo Feminino em Empresas de Tecnologia

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Você está sendo convidada a participar da pesquisa para elaboração da Dissertação ligada ao Programa de Pós-graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação da UFSC, de autoria de MARIANE MARTINS CUNHA, que objetiva "Analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica de fundadoras de empresas de tecnologia, principais drivers e dificuldades".

Sua participação é voluntária e as informações obtidas serão confidenciais. Ou seja, asseguramos o sigilo sobre sua participação, pois apenas os pesquisadores terão acesso aos dados.

No caso de dúvidas, seguem e-mail, telefone e endereço institucional dos pesquisadores:

Aluna: Mariane Martins Cunha
E-mail: marianemartins02@gmail.com | Telefone: (48) 9 98247974

Professora orientadora: Dra. Andréa Cristina Trierweiller
E-mail: andrea.ct@ufsc.br | Telefone: (48) 9 99811887

UFSC - Centro de Ciências, Tecnologias e Saúde. Campus Araranguá
Unidade Jardim das Avenidas - Rua R. Gov. Jorge Lacerda, 3201
Urussanguinha, Araranguá – SC, CEP 88906-072.
Telefone: (48) 3721-6255.

E-mail *

E-mail válido

.....

Seção 2: Informações básicas ✕ ⋮

Descrição (opcional)

2. Qual sua cor/ raça ou etnia? *

Branca

Preta

Parda

Amarela

Indígena

3. Qual sua faixa de idade? (em anos) *

De 18 a 25

De 26 a 30

De 31 a 35

De 36 a 40

De 41 a 45

De 46 a 50

De 51 a 55

4. Qual seu MAIOR nível de escolaridade? *

- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio ou técnico incompleto
- Ensino Médio ou técnico completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo
- Pós-Graduação (Especialização/MBA) incompleta
- Pós-Graduação (Especialização/MBA) completa
- Pós-Graduação (Mestrado) incompleto
- Pós-Graduação (Mestrado) completo
- Pós-Graduação (Doutorado) incompleto
- Pós-Graduação (Doutorado) completo

5. Qual o seu estado civil? *

- 1. Solteira
- 2. Casada
- 3. Viúva
- 4. União Estável
- 5. Separada
- Outros...

6. Você tem filhos? *

- Sim
- Não

7. Há quanto tempo você empreende? *

- Até 3 anos
- Acima de 3 anos até 5 anos
- Acima de 5 anos até 10 anos
- Acima de 10 anos até 15 anos
- Acima de 15 anos

8. Em qual cidade está localizada a sua startup/empresa? *

Texto de resposta longa

.....

9. Sua startup/empresa é uma: *

- AgTech (buscam inovação e tecnologia no agronegócio)
- ConstruTech (buscam inovação e tecnologia na construção civil)
- Educação
- Energia
- Fintech (Tecnologia e inovação aplicadas na solução de serviços financeiros)
- Manufatura 4.0
- Peopletch (Empresas de Base Tecnológica que atuam no desenvolvimento e comercialização de soluç...
- Saúde
- Security tech (Empresas de tecnologia para segurança)
- Smart Cities (Cidades inteligentes)
- Varejo
- Outros...

10. Com base na resposta da questão anterior, qual foi a sua principal motivação para escolher trabalhar nessa vertical? *

Texto de resposta curta
.....

11. Qual o público-alvo da sua startup/empresa? *

- B2B (empresa para empresa)
- B2C (empresa para consumidor)
- B2B2C (transação entre empresas, que visa uma venda para o cliente final)
- B2B e B2C (empresa para empresa) e (empresa para consumidor)
- B2G (empresa para governo)
- Outros...

11. Qual o público-alvo da sua startup/empresa? *

- B2B (empresa para empresa)
- B2C (empresa para consumidor)
- B2B2C (transação entre empresas, que visa uma venda para o cliente final)
- B2B e B2C (empresa para empresa) e (empresa para consumidor)
- B2G (empresa para governo)
- Outros...

12. Na sua percepção, em qual estágio sua startup está posicionada? *

- Ideação (Momento de tirar as ideias do papel e validar o modelo de negócio).
- Operação (Após a validação da ideia, inicia as estratégias de marketing e vendas).
- Tração (Estágio da maturidade do negócio).
- Escalé-up (Nesse estágio a sua empresa tem que ter um crescimento de 20% em três anos consecutivo...
- Outros...

13. Em relação à sua experiência como empreendedora, quantas startups/empresas você fundou? *

- Apenas 1 startup/empresa
- De 2 a 3 startups/empresas
- De 4 a 5 startups/empresas
- Acima de 5 startups/empresas

14. Qual(is) o(s) principal(is) motivo(s) que te fez(eram) empreender? *

Texto de resposta longa

.....

15. Quando o assunto é empreendedorismo, você acredita que os homens possuem mais vantagens ou oportunidades em relação às mulheres? Comente a respeito. *

Texto de resposta longa

.....

16. Quais foram os maiores desafios que você enfrentou como empreendedora? (Você pode assinalar mais de uma alternativa) *

- Acesso ao Capital
- Acesso ao Conhecimento do empreendimento
- Networking
- Preconceito de gênero
- Conciliar a carreira e a família
- Pouca experiência em gestão

17. Na sua percepção, por que o empreendedorismo feminino vem alcançando mais relevância nos últimos anos? (Assinale apenas uma alternativa) *

- As mulheres estão mais independentes e empoderadas
- Existe mais condições favoráveis para as mulheres
- Dificuldade de se colocar/recolocar no mercado de trabalho, levando-a a empreender
- As mulheres estão se capacitando cada vez mais
- As mulheres sentem mais dificuldade de se colocar no mercado de trabalho, pelo envolvimento com a f...
- A sociedade está reconhecendo que as mulheres são fundamentais para o desenvolvimento econômico.
- Outros...

18. Você tem percebido maior inclusão de mulheres no mercado de trabalho do segmento de Tecnologia? *

- Sim
- Não
- Não sei opinar
- Outros...

Seção 3: Programa de mentoria/pré-incubação

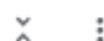


Descrição (opcional)

19. Você passou por algum programa de mentoria/pré-incubação para criar a sua startup? *

 Sim Não

Seção 4: Informações e experiências do programa de mentoria/pré-incubação e Networking



Descrição (opcional)

19.1 Qual programa de mentoria?

Texto de resposta curta

19.2 Por que você se candidatou ao programa de mentoria? (Você pode assinalar mais de uma alternativa)

 Fazer novas conexões/ networking Necessidade de ajuda para estruturação do meu empreendimento Para agregar mais conhecimento na vertical da minha startup Para incentivar novas mulheres a serem empreendedoras do seu próprio negócio Para buscar apoio relacionado ao acesso à capital Outros...



19.3. Quais expectativas você tinha em relação ao programa de mentoria?

Texto de resposta longa

19.4. As suas expectativas em relação ao programa de mentoria foram alcançadas?

- Sim.
- Sim, em parte.
- Não

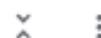
19.5 Como o programa de mentoria impactou a sua rede de contatos /networking?

Texto de resposta longa

19.6 Quais políticas e atividades você implementaria no programa de mentoria para apoiar especificamente as mulheres?

Texto de resposta longa

Seção 5: Educação e Experiência



Descrição (opcional)

20. Antes de você empreender, você estudou a vertical do seu negócio? *

- Sim.
- Não.

Sessão 6: Acesso ao capital



Descrição (opcional)

21. Você recebeu alguma linha de crédito para abrir ou manter sua startup? *

 Sim Não

Seção 7: Informações sobre Acesso ao Capital



Descrição (opcional)

21.1 Você sentiu dificuldades para captação desses recursos?

 Sim Não

Seção 8: Dificuldades para captação de recursos



Descrição (opcional)

21.2 Quais dificuldades para captação de recursos?

Texto de resposta longa
.....

21.3 Você conhece alguma linha de crédito destinada às mulheres?

 Sim Não

21.4 Qual linha de crédito?

Texto de resposta longa
.....

Seção 9: Equilíbrio trabalho-família



Descrição (opcional)

22. A sua família apoiou a sua decisão de carreira? *

- Sim
- Não
- Em parte

23. Na sua opinião, as mulheres ainda tem poucas oportunidades de assumirem papel de liderança devido ao gênero? *

- Sim
- Não

24. Você se sente menos produtiva no trabalho após ter se tornado mãe? *

- Sim
- Não
- Não tenho filhos
-

25. A sua carreira empresarial prejudica a relação com a sua família? *

- Sim
- Não

26. Em média, quantas horas por dia você trabalha no seu empreendimento? *

- Até 4 horas
- Acima de 4 horas até 8 horas
- Acima de 8 horas até 12 horas
- Acima de 12 horas
- Outros...

Seção 10 de 10

Seção 7: Encerramento



Descrição (opcional)

27. Você gostaria de fazer algum comentário adicional?

Texto de resposta longa

.....