



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

Gabriela Nogueira Limas

**MULHERES COLABORADORAS EM EMPRESAS DE TECNOLOGIA E OS
PROCESSOS DE APRENDIZAGEM DO EMPREENDEDORISMO: um estudo de caso
na ACATE.**

Florianópolis

2017

Gabriela Nogueira Limas

Trabalho de Curso apresentado à disciplina CAD 7305
como requisito parcial para a obtenção do grau de
Bacharel em Administração pela Universidade Federal
de Santa Catarina

Enfoque: Monografia

Área de concentração: Empreendedorismo

Orientadora: Profa. Dra. Marilda Todescat

Florianópolis

2017

Catálogo na fonte elaborada pela biblioteca da Universidade Federal de Santa Catarina

A ficha catalográfica é confeccionada pela Biblioteca Central.

Tamanho: 7cm x 12 cm

Fonte: Times New Roman 9,5

Maiores informações em:

<http://www.bu.ufsc.br/design/Catalogacao.html>

Gabriela Nogueira Limas

**MULHERES COLABORADORAS EM EMPRESAS DE TECNOLOGIA E OS
PROCESSOS DE APRENDIZAGEM DO EMPREENDEDORISMO: um estudo de caso
na ACATE.**

Este Trabalho de Curso foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria Trabalho de Curso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 06 de Novembro de 2017.

Prof. Martin de La Martinière Petroll, Dr.
Coordenador de Trabalho de Curso

Avaliadores:

Prof^a. Marilda Todescat, Dra.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Avaliador
Universidade Federal de Santa Catarina

Avaliador
Universidade Federal de Santa Catarina

Dedico este trabalho à minha mãe, Claudia, e aos meus pais José Paulo e Nelson, meus irmãos Marianna, Bruna e Pedro que sempre me apoiaram durante todo o meu desenvolvimento enquanto pessoa e profissional e à minha orientadora Professora Doutora Marilda que, além de um exemplo de profissional, foi um apoio durante a execução dessa pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à Universidade Federal de Santa Catarina pela oportunidade de ter feito parte da academia aonde adquiri vastos conhecimentos e iniciei minha vida profissional com excelência.

Agradeço à minha família que, mesmo estando longe, sempre me apoiaram em todos os sentidos do início ao fim da minha graduação, sem eles não seria possível.

Agradeço a todos os meus amigos que me proporcionaram momentos maravilhosos dos quais jamais esquecerei e que foram a minha família em Florianópolis, em especial ao Tui, Carina, Lousane, Thaisa, Fernando e a todos os meus colegas de trabalho e amigos da recreação do Plaza que me trouxeram a alegria e motivação para seguir com esse trabalho.

Por último, mas não menos importante, agradeço a todos aqueles que, de alguma forma, fizeram esse trabalho acontecer, aos envolvidos, entrevistados, que me ofereceram suporte a todo momento e me orientaram, em especial à Professora Marilda e à minha colega de projeto Marina.

“ É pelo trabalho que a mulher vem diminuindo a distância que a separava do homem, somente o trabalho poderá garantir-lhe uma independência concreta. “

Simone de Bevoir

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar quais são os processos de aprendizagem, motivações e dificuldades identificadas pelas mulheres ao empreender na área de tecnologia no Brasil, por meio de uma pesquisa descritiva e qualitativa em um estudo de caso, através de uma análise exploratória dos dados. O universo da pesquisa são as empresas de tecnologia localizadas na ACATE, a amostra se deu por acessibilidade. O primeiro objetivo específico trouxe uma análise da trajetória e perfil das entrevistadas, para dar embasamento para seguir com a pesquisa. As motivações identificadas, em suma, se relacionam com o clima organizacional flexível e criativo que as empresas de tecnologia proporcionam, com uma rotina menos engessada e grandes perspectivas de crescimento. Como dificuldades foram encontradas a necessidade de possuir mais experiência, a dificuldade em inovar, o machismo socialmente construído que traz consequências para a mulher até hoje e a preferência em empreender em outras áreas. Por fim foi analisado que o processo de aprendizagem se dá, em sua maioria, por meio informal e situado, embora os processos formais de aprendizagem sejam bastante incentivados. O trabalho busca entender como essas quatro vertentes estão influenciando no baixo índice de empreendedoras mulheres na área de tecnologia.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Mulher, Tecnologia, Empreendedorismo Feminino.

ABSTRACT

This project aims to analyze the learning process, motivations and challenges faced by women starting technology companies in Brazil, by means of a descriptive and qualitative research of a case study and an exploratory data analysis. The scope of the project are technology companies located at ACATE, using the convenience sampling method. The first part of the project analyzed the background and profile of the interviewees, to provide a basis for further research. The motivations identified in this study, in short, include the flexible and creative environment that technology companies provide, with flexible routines and great growth prospects. Challenges women in technology face include the need of work experience, the struggle with innovation, sexism which affect the daily lives of women, and preference to innovate in other areas. Finally, this project concluded that the learning process occurs in an informal, localized way, although formal learning processes are strongly encouraged. The project seeks to understand how these four aspects influence the low rate of women technology entrepreneurs in Brazil.

Keywords: Entrepreneurship, Women, Technology, Women Entrepreneurship.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1.1.Objetivo Geral	13
1.2.Objetivos Específicos	13
1.3.Justificativa	13
2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1.Empreendedorismo: evolução e conceitos.	18
2.1.1.Empreendedorismo Feminino	28
2.2.Processos de Aprendizagem	36
2.3.Incubadoras Tecnológicas	44
3.PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	47
3.1.Objetivos da Pesquisa	47
3.2.Universo e amostra da Pesquisa	48
3.3.Coleta e Tratamento de Dados	48
3.4.Limitações da Pesquisa	49
4.ANÁLISE	50
4.1.Sobre a ACATE.	50
4.2.Análise dos dados	51
4.2.1.Perfil das Entrevistadas	52
4.2.2.Perfil das Empresas – Cultura Organizacional e Motivações	55
4.2.3.Dificuldades para empreender	60
4.2.4.Processos de Aprendizagem	64
5.CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS	74
APÊNDICE A	77

INTRODUÇÃO

A discussão acerca do tema empreendedorismo tem se tornado cada vez mais intensa, percebe-se que, especialmente no Brasil, o empreendedorismo está em constante crescimento e é uma atividade de grande importância para impulsionar a economia e o desenvolvimento do país.

Em seu livro, Dornelas (2012) descreve a história do termo empreendedor, considerado o primeiro empreendedor do mundo, Marco Polo ao descobrir um novo caminho para o Oriente, estabeleceu a primeira relação contratual com um investidor detentor de capital, assumindo os riscos em prol de um benefício mútuo.

Desde a Idade Média até os dias atuais, o termo empreendedor evoluiu em seu conceito até possuir o significado conhecido atualmente. Diante de diversas discussões teóricas, tem-se uma definição específica do empreendedorismo, bem como as características de um empreendedor de sucesso e todas as ferramentas que constituem o processo empreendedor para a abertura de um novo negócio de sucesso.

Em linhas gerais, conforme Dornelas (2012) explica, o empreendedor juntamente com a sua equipe é um transformador de oportunidades em negócios de sucesso, a partir de um planejamento bem estruturado e do capital investido.

Para tanto, algumas características específicas se destacam em empreendedores, de acordo com Dornelas (2012), empreendedores são visionários, planejam o futuro detalhadamente, são dedicados e trabalhadores, possuem vasta experiência e criatividade ímpar, são inovadores em sua maioria e possuem grande rede de contatos no qual se apoiam para criar um novo negócio de sucesso.

No entanto, possuir somente essas características não basta, um bom planejamento é importante, portanto, existem modelos distintos de plano de negócios, desenvolvidos por instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), dentre outras que fornecem ao empreendedor todas as ferramentas necessárias para a análise da viabilidade do seu negócio.

Considerando todas essas variáveis, tem-se que o processo empreendedor se constitui a partir da identificação da oportunidade, de um trabalho em equipe, dos recursos disponíveis e de variáveis externas que deverão ser analisadas no plano de negócios, tais como o mercado e seus potenciais clientes.

Uma das ferramentas para criar e fortalecer um novo empreendimento são as Incubadoras. Atualmente existem no Brasil 369 incubadoras de negócios, conforme dados do SEBRAE, que funcionam como um facilitador para os novos empreendimentos, fornecendo a estrutura física e recursos básicos para negócios em criação, além de suporte no planejamento, gerenciamento, desenvolvimento e inovação dos produtos e serviços e colocação no mercado. Desta forma, o empreendedorismo é estimulado, o que traz grande retorno para o desenvolvimento econômico do país.

Analisando a cidade de Florianópolis que é reconhecida como a capital que fornece melhor qualidade de vida e a segunda cidade mais empreendedora do Brasil, de acordo com o Índice de Cidades Empreendedoras (ICE) divulgado pela Endeavor, tem-se que o empreendedorismo tecnológico atualmente é um dos pilares mais importantes para a economia da capital. Além disso, Florianópolis possui universidades bastante qualificadas formando profissionais capacitados e envolvidos pelo empreendedorismo, o que estimula a criação de novas empresas de tecnologia que representam aproximadamente 45% do Produto Interno Bruto (PIB) da cidade, conforme dados disponibilizados pela Prefeitura.

Em Florianópolis estão localizadas algumas incubadoras como o Celta e Midi Tecnológico que são responsáveis pelo crescimento de várias start ups atuantes no ramo de tecnologia sendo que, grande parte dessas empresas, são criadas por profissionais formados pelas universidades, especialmente na área de engenharia, portanto, acaba sendo uma área cujos profissionais são, em sua maioria, homens.

Diante deste cenário, esta pesquisa motiva-se pela compreensão acerca da participação feminina em empresas atuantes na área de tecnologia, para tanto, será tratado o empreendedorismo feminino, tema que ainda é pouco explorado, pois é um assunto recente no âmbito do empreendedorismo devido à ascensão da mulher no mercado de trabalho.

O empreendedorismo feminino engloba discussões que vão além do significado literal do termo, ou seja, não se trata apenas de mulheres que empreendem. Existe toda uma discussão de gênero que busca explicar qual é a diferença no comportamento feminino no que diz respeito ao processo empreendedor e à gestão de negócios em si, quais são as características das empreendedoras mulheres que as diferem dos homens,

bem como suas motivações e dificuldades durante o processo. Apesar de ser um assunto pouco explorado, alguns autores trazem comportamentos que seriam típicos femininos.

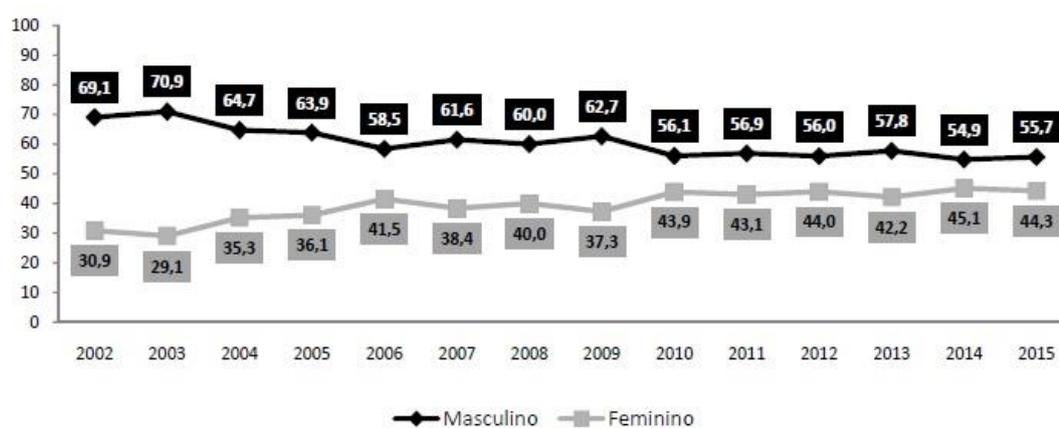
A título de exemplo, ORSER; ELLIOT; LECK (2011) destacam a emotividade, afeto, gentileza, atenção aos sentimentos alheios como características exclusivamente femininas. Em contrapartida, BRUNI; GHERARDI; POGGIO (2004), definem a pró-atividade a uma característica de empreendedores homens, enquanto as mulheres estariam associadas à passividade, adequação e flexibilidade. Nesse sentido, grande parte das características consideradas típicas de um empreendedor se adequariam mais à homens, enquanto mulheres estariam associadas a características distintas.

No entanto, apesar de ser um conceito bastante novo, percebe-se a necessidade de evolução do conceito na literatura, visto que, o número de mulheres empreendedoras está em constante crescimento.

Analisando o cenário brasileiro, de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), o empreendedorismo apresenta considerável crescimento e, apesar da crise econômica e da queda do PIB, a taxa de empreendedorismo total tem se mostrado resiliente mantendo o crescimento que atingiu 39% em 2015.

O Gráfico 1.1 a seguir, analisa a evolução da taxa de empreendedorismo definido por gênero no Brasil:

Gráfico 1.1. Empreendedorismo separado por gênero



Fonte: GEM Brasil 2015

Fonte: GEM Brasil 2015

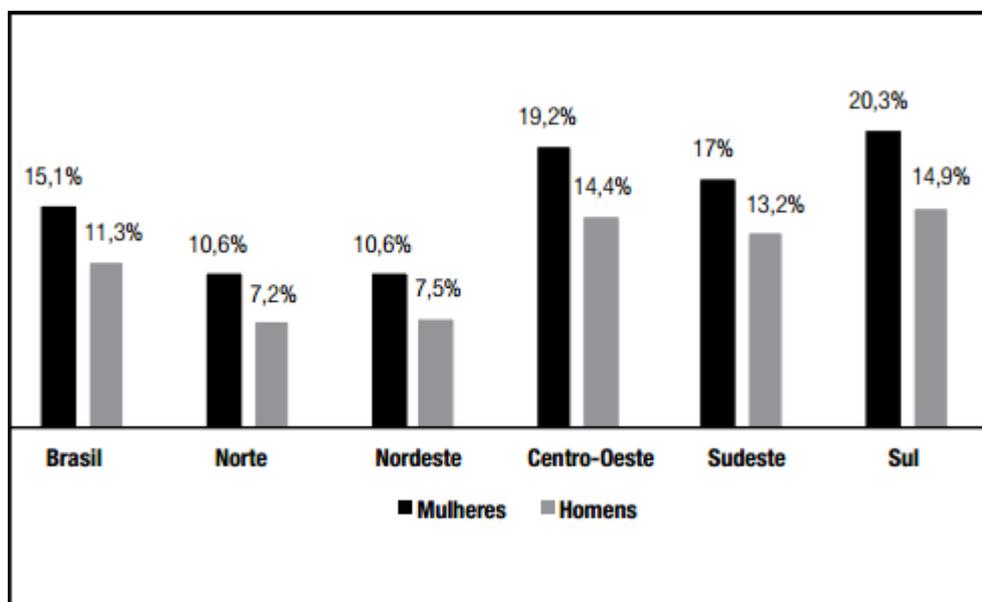
É importante ressaltar que, apesar de a taxa de mulheres empreendedoras ser historicamente menor do que de homens que empreendem, houve uma grande evolução

desde 2002 no número de mulheres com empreendimentos novos até 2015. No ano de 2002, a diferença era, aproximadamente, 69% de homens para apenas 30% de mulheres que empreendem, no entanto, em 2015 a diferença é de pouco mais de 10%, aproximadamente.

Ainda de acordo com o relatório GEM, as atividades empreendedoras desempenhadas por homens e mulheres no Brasil ainda são bastante distintas, neste relatório, as atividades desempenhadas pelo público masculino são vastas, abrangendo diversas áreas da economia, no entanto, as mulheres atuam e empreendem em áreas que estão ligadas ao que a sociedade entende por ‘universo feminino’, como exemplo, serviços domésticos representa 15,7% de empreendimentos criados por mulheres.

O fenômeno de empreendedoras mulheres estarem investindo em novos negócios que giram em torno do chamado “poder do batom” se mostra bastante contraditório quando colocado em comparação com os índices de mulheres graduadas em universidades, especialmente, em cursos de Ciências Sociais Aplicadas (Administração e Ciências Contábeis). O gráfico 1.2 a seguir mostra a taxa de mulheres e homens formados em cursos de ensino superior por região, de acordo com dados do IBGE (2014).

Gráfico 1.2. Índice de Graduação no Ensino Superior por Gênero



Fonte: IBGE/Estatísticas de Gênero – 2014

Desta forma, considerando que, apesar de o número de mulheres graduadas em ensino superior ser maior do que o público masculino, existe uma disparidade no índice

de mulheres que empreendem e inovam, especialmente em áreas de tecnologia. Além disso, existe uma lacuna na literatura que trate especificamente de empreendedorismo feminino na área tecnológica, o que intriga e estimula essa pesquisa.

Portanto, a questão norteadora deste presente trabalho é entender quais são os processos de aprendizagem, motivações e dificuldades para o empreendedorismo feminino nas empresas localizadas na ACATE.

A seguir serão definidos os objetivos geral e específicos que constituem esse trabalho, bem como a justificativa pela qual esse tema foi selecionado.

1.1. Objetivo Geral

Identificar os processos de aprendizagem para empreender na área de tecnologia sob a ótica de mulheres colaboradoras em empresas de tecnologia que estão localizadas na ACATE em Florianópolis.

1.2. Objetivos Específicos

- Identificar a trajetória das pesquisadas;
- Identificar as motivações para empreender em tecnologia;
- Identificar as principais dificuldades para empreender em tecnologia.

1.3. Justificativa

Diante do cenário de desenvolvimento tecnológico e globalização no mundo ao longo da história, percebe-se que, cada vez mais, o avanço da tecnologia se torna um fator inerente ao desenvolvimento da sociedade de uma maneira geral. A era da internet trouxe diversas mudanças no modelo de sociedade e na maneira com a qual as empresas lidam estrategicamente. Deste modo, é possível estabelecer uma realidade social antes e depois do surgimento da internet e da revolução tecnológica.

O uso do termo tecnologia não é tão recente quanto se imagina, na verdade, ao longo da história da humanidade sempre existiu tecnologia, mesmo que primária, como a descoberta do fogo, de lanças para a caça e da roda. Ou seja, a tecnologia acompanha o homem desde a sua criação.

O final do século XX foi um marco na história do mundo, o avanço de tecnologias trouxe como consequência a globalização que estreitou fronteiras e, através do acesso à internet e o *world wide web* possibilitou o acesso à inúmeras informações em tempo real.

A partir disso, a sociedade também mudou e continua mudando no mesmo ritmo em que a ciência e a tecnologia se desenvolve.

A partir disso, estabelece-se um novo modelo de sociedade, o mercado tornou-se altamente dinâmico, as necessidades e desejos das pessoas se alteraram e as empresas precisaram se adaptar ao novo contexto, considerando na formulação de suas estratégias as contingências, buscando conhecer seu público, investimento em pesquisa e desenvolvimento a fim de aumentar a qualidade de seus produtos e serviços e buscar uma vantagem competitiva capaz de garantir sua sustentabilidade no mercado.

Diante deste cenário, percebe-se que a tecnologia é fundamental no cotidiano, representando uma necessidade tão grande na vida das pessoas que já não se pode imaginar uma sociedade sem internet, computadores, celulares, entre outros. Além disso, o desenvolvimento tecnológico trouxe inúmeras contribuições para a Ciência, atingindo patamares que antes pareciam ser impossíveis. Ou seja, o avanço tecnológico contribuiu para o modelo de sociedade que vivemos hoje.

Com o avanço da sociedade e economia, diversos nichos de mercado foram surgindo e abrindo portas para novos negócios, a busca pela inovação e oportunidades são o que incentivam o movimento empreendedor no Brasil e no mundo.

Para tanto, após analisar a influência que o empreendedorismo possui no desenvolvimento econômico do país, o presente trabalho possui como foco a Cidade de Florianópolis que ficou em segundo lugar no Índice de Cidades Empreendedoras pela Endeavor, cuja economia não é apenas o turismo, mas os polos tecnológicos que vêm se formando nos últimos anos.

No entanto, ao contrapor o desenvolvimento tecnológico da cidade com o número elevado de mulheres graduadas no ensino superior, percebe-se uma lacuna no que diz respeito ao empreendedorismo feminino na área de tecnologia.

Outra disparidade que se encontra é a escassez de publicações, especialmente em bases de dados nacionais, que tratem diretamente o tema mulheres que empreendem em tecnologia, o que existe de informação é apenas o empreendedorismo feminino enquanto discussão de gênero.

Realizando a busca em duas bases internacionais (Scopus e Web of Science) e aplicando um filtro sobre as publicações que mais se aproximam do tema deste trabalho nos últimos cinco anos, com os seguintes descritores: “empreendedorismo feminino”, “empreendedorismo feminino na área de tecnologia”, “*women entrepreneurship*” e “*women entrepreneurship in technology sector*” no período entre 2005 e 2017, a tabela 1.1 a seguir traz a relação de publicações sobre esse tema:

Tabela 1.1. Artigos sobre Empreendedorismo Feminino

Scopus	Web of Science
Female entrepreneurial networks and foreign market entry	Woman Entrepreneurship in High-Tech Sector: Sectoral and Spatial Differentiations in Ankara
The gender dimension in knowledge and technology transfer – the German case	Gender Perspectives of Small and Medium Enterprises Activities and Growth: Evidence from Vietnam
An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors	Social networks of female tech-entrepreneurs and new venture performance: the moderating effects of entrepreneurial alertness and gender discrimination
Characteristics of micro, small and medium enterprises in Ghana: Gender and implications for economic growth	The moderating effect of demographic characteristics on the relationship between strategic capabilities and firm performance in women-owned entrepreneurial ventures in Nairobi, Kenya
Entrepreneurial cognitions in academia: Exploring gender differences	An international study of the factors explaining high-growth expectation in new ventures: a gender perspective

(continua)

(continuação)

Impact of education and training on performance of women entrepreneurs: A study in emerging market context	Incubation or Induction? Gendered Identity Work in the Context of Technology Business Incubation
Revisiting the entrepreneur gender-performance relationship: A firm perspective	Business as Plan B: Institutional Foundations of Gender Inequality in Entrepreneurship across 24 Industrialized Countries
Postcolonial feminist analysis of high-technology entrepreneuring	Development of Czech Business environment in period 1995-2015 from Women Entrepreneurs viewpoint.
The antecedents of marketing success of women entrepreneurs	An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors
Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention	Entrepreneurial cognitions in academia: exploring gender differences

(conclusão) Fonte: Scopus e Web of Science.

As publicações encontradas possuem embasamento na discussão de gêneros, mesmo que, em alguns casos, haja alguma relação da mulher com a tecnologia, o enfoque não é somente a análise da presença feminina na área do empreendedorismo tecnológico.

Tendo em vista a presença de mulheres graduadas nos cursos de Administração e Ciências Contábeis quando comparada com a presença masculina, conforme dados do Censo realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) em 2013, conforme a tabela 1.2 a seguir, pode-se observar uma maior presença feminina do que masculina:

Tabela 1.2. Presença nos cursos dividido por gênero.

Feminino	Nº de matriculadas	Masculino	Nº de matriculados
Administração	445.226	Administração	354.888

(continua)

(continuação)

Ciências Contábeis	191.298	Ciências Contábeis	136.733
--------------------	---------	--------------------	---------

(conclusão) Fonte: Censo do Ensino Superior. INEP – 2013

Contudo, para os cursos de área tecnológica, como as Engenharias, por exemplo, a presença masculina ainda é bastante dominante, nesse sentido, ainda são poucas mulheres que ingressam ou possuem graduação nesses cursos, embora haja um crescimento na participação de mulheres nos cursos de Engenharia e Sistemas de Informação que, ainda assim são bastante masculinos.

Desta forma, considerando a escassez de literatura acerca desse tema, a ampliação do acesso de mulheres ao ensino superior e a influência tecnológica que Florianópolis possui, essa pesquisa é uma oportunidade, uma vez que irá iniciar uma discussão acerca da presença feminina no empreendedorismo tecnológico, podendo contribuir como um incentivo às mulheres que almejam empreender e inovar.

Tendo em vista a facilidade de acesso às informações necessárias e às empresas, essa pesquisa se mostra viável e colaborativa para a área de administração.

Para tanto, a estrutura do trabalho está dividida em capítulos, sendo que no capítulo 1 será feita uma introdução, no capítulo 2 o referencial teórico que irá abordar, a partir da pesquisa literária, o conceito e principais definições sobre empreendedorismo, empreendedorismo feminino, processos de aprendizagem e incubadoras tecnológicas. No capítulo 3 será exposto os processos metodológicos desta pesquisa. O capítulo 4 trará a análise dos dados a fim de responder os objetivos geral e específicos e, posteriormente no capítulo 5 serão feitas as considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Empreendedorismo: evolução e conceitos.

Este capítulo possui o propósito de apresentar alguns conceitos e discussões acerca dos temas pertinentes a esta pesquisa, sendo esses: empreendedorismo; empreendedorismo feminino; processos de aprendizagem e incubadoras tecnológicas.

“ A palavra ‘empreendedor’ (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. ” (Dornelas, 2012, p. 19)

Considerando uma análise histórica do termo empreendedor, Dornelas (2012) credita o primeiro uso do termo empreendedorismo a Marco Polo, responsável por estabelecer uma rota comercial no Oriente através de uma negociação com um homem que possuía o capital necessário, a quem se atribui atualmente o termo ‘capitalista’. Para tanto, enquanto o capitalista assumia os riscos, Marco Polo assumia o papel empreendedor ativo, assumindo riscos tanto físicos como emocionais.

Na Idade Média, empreendedor era aquele que gerenciava grandes projetos de produção por meio de recursos disponibilizados, geralmente, pelo governo do país.

No século XVII, o empreendedor estabelecia uma relação contratual com o governo a fim de realizar serviços ou fornecer produtos, sendo que, geralmente os preços eram prefixados, desta forma, o lucro ou prejuízo seriam exclusivamente do empreendedor.

Dornelas (2012) ressalta Richard Cantillon como um importante escritor e economista deste século, considerado um dos criadores do termo empreendedorismo diferenciando o empreendedor (que assume riscos) do capitalista (fornecedor do capital). Já no século XVIII, devido ao início da industrialização, o capitalista e o empreendedor foram reconhecidos e diferenciados em suas funções.

A partir do século XIX, empreendedores passaram a ser confundidos com administradores, o que ocorre até nos dias atuais, visto suas competências, especialmente no âmbito econômico e gerencial sendo esses tidos como organizadores da empresa que planejam, dirigem e controlam a organização. Segundo Dornelas (2012):

Todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor. O empreendedor tem algo mais, algumas características

e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional. (DORNELAS, José. 2012, p. 21)

Dornelas (2012) em sua literatura sobre empreendedorismo busca definir o conceito do termo, as características e o processo empreendedor. De acordo com o autor: “ Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. ” (DORNELAS, José. 2012, p. 28).

Dentre algumas definições dadas para o que de fato significa o termo empreendedorismo, tem-se uma das mais antigas escrita pelo autor Joseph Schumpeter no ano de 1949 que afirma que o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente a partir da introdução de produtos e serviços novos, pela criação de novos modelos de organização ou pela exploração de novos recursos materiais.

Já Kirzner (1973) possui uma abordagem distinta, afirmando que o empreendedor é aquele que cria o equilíbrio, encontra sua posição em um ambiente considerado caótico e turbulento, em outras palavras, é capaz de identificar oportunidades no meio em que estão.

Peter Drucker (1998) reconhece que o empreendedor é aquele que reage às mudanças, ou seja, possui a capacidade de reconhecer oportunidades que são criadas a partir das mudanças que ocorrem constantemente no mercado.

Baseando-se no quadro de competências exposto por Dornelas (2012) em sua obra, a seguir, a tabela 2.1 traz as principais características dos empreendedores de sucesso:

Tabela 2.1. Características dos Empreendedores

São visionários	Possuem a visão de futuro do negócio e de suas vidas, sonham alto.
Sabem tomar decisões	Não são inseguros, sabem tomar decisões corretas na hora certa.
São Indivíduos que fazem a diferença	São capazes de transformar algo abstrato em concreto, agregam valor aos produtos e serviços.

(continua)

(continuação)

Sabem explorar as oportunidades ao máximo	Para os empreendedores, as boas ideias são geradas a partir daquilo que todos conseguem identificar, no entanto, poucos sabem como transformá-las em oportunidade
São determinados e dinâmicos	Implementam suas ações com bastante comprometimento, ultrapassando obstáculos, com muita vontade de “fazer acontecer”.
São dedicados	Dedicação total o tempo todo, comprometimento.
Otimistas e apaixonados pelo que fazem	Adoram o seu trabalho, o amor é seu principal combustível.
São independentes e constroem seu próprio destino	Anseiam em possuir seu negócio próprio e serem donos de si mesmos.
Ficam ricos	Acreditam que o dinheiro é apenas uma consequência do sucesso.
São líderes e formadores de equipes	Alta capacidade de liderança, respeitados e adorados por seus funcionários, pela motivação e estímulos.
Bem relacionados e organizados	Sabem construir uma rede de contatos vasta, o que é importante para o sucesso.
Planejadores	Planejam cada passo de seu negócio, essa é a sua base.
Possuem conhecimento	São sedentos pelo saber e aprendizado contínuo.
Assumem riscos calculados	O verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar esses riscos.
Criam valor para a sociedade	Utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, através da geração de empregos, dinamização da economia e inovação.

(conclusão) Fonte: Adaptado de Dornelas (2012)

Considerando as características identificadas em um empreendedor de sucesso e as definições apresentadas pelos autores, entende-se que o processo empreendedor se baseia, especialmente, no reconhecimento de oportunidades e nichos de mercado e, a partir disso, conseguir inovar na criação de produtos, serviços e/ou organizações de sucesso.

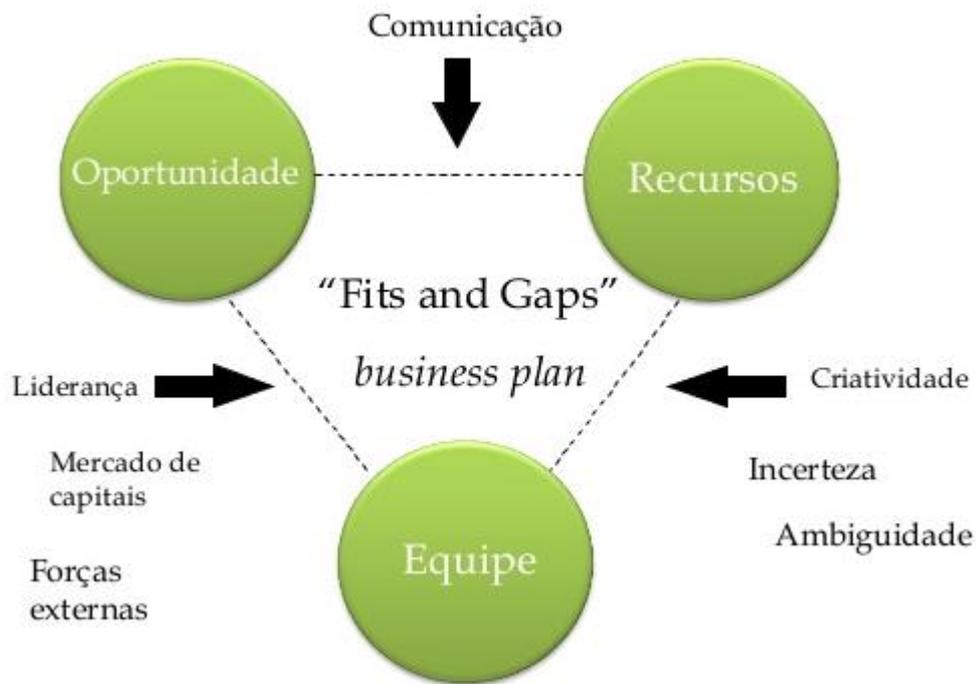
Analisando o processo empreendedor mais detalhadamente, tem-se que a decisão de criar uma nova empresa ocorre devido à influência de fatores externos, ambientais e sociais, aptidões pessoais ou a soma de todos esses fatores. Dornelas (2012) explica que o processo empreendedor inicia quando um evento gerador desses fatores influenciadores possibilita a criação de um novo negócio. Alguns fatores pessoais podem ser a realização pessoal, valores, experiência, a insatisfação com o trabalho e até o desemprego, ou características como liderança, visão estratégica e de futuro. Fatores sociológicos se definem pela rede de contatos, influência de familiares ou modelos de pessoas de sucesso.

Além desses, os fatores ambientais também influenciam a criação de um novo negócio, como oportunidades, a criatividade do empreendedor, incubadoras e políticas públicas.

O talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação, e de muito trabalho dessas pessoas especiais, que fazem acontecer. Onde existe esse talento, há a oportunidade de crescer, diversificar, e desenvolver novos negócios. Mas talento sem ideias é como uma semente sem água. Quando o talento é somado à tecnologia e as pessoas têm boas ideias viáveis, o processo empreendedor está na iminência de ocorrer. Mas existe ainda a necessidade de um combustível essencial para que finalmente o negócio saia do papel: o capital. O componente final é o *know-how*, ou seja, o conhecimento e a habilidade de fazer convergir para um mesmo ambiente o talento, a tecnologia, e o capital que fazem a empresa crescer. (TORNATZKI et al., 1996)

O modelo de Timmons, representado a seguir na figura 1 destaca o processo empreendedor por meio de três fatores essenciais.

Figura 1 – Modelo de Timmons



Fonte: Dornelas (2012)

O planejamento através do plano de negócios é a principal ferramenta para o empreendedor, na qual avalia oportunidades, identifica e aloca os recursos necessários para o negócio, planeja as ações que serão tomadas e a partir disso, sua equipe poderá implementar e gerenciar o novo negócio. É importante ressaltar que o empreendedor deve ser capaz de lidar com as incertezas e saber gerenciar os riscos de forma calculada, analisando as oportunidades e consequências do negócio.

O empreendedorismo aliado à inovação tecnológica tem sido o diferencial para o desenvolvimento econômico mundial, para tanto, conforme Dornelas (2008):

O empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm promovido esse desenvolvimento. As nações desenvolvidas têm dado especial atenção e apoio às iniciativas empreendedoras, por saberem que são a base do crescimento econômico, da geração de emprego e renda.

Como complemento ao que Dornelas explicita anteriormente, Hisrich e Peter (2004) definem o papel do empreendedorismo como algo além do desenvolvimento econômico. Segundo os autores: "O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita;

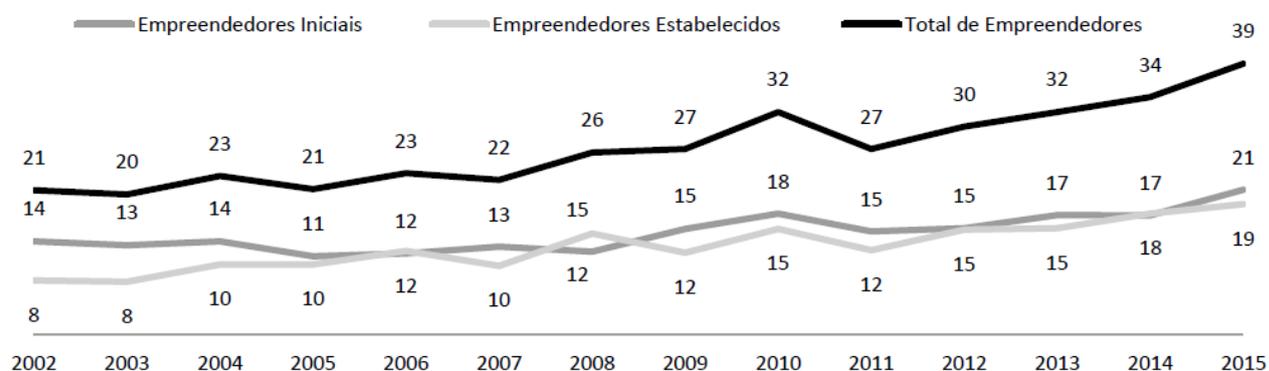
envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade” (Hisrich & Peter, 2004, p. 33)

Segundo Dornelas (2012), o conceito de empreendedorismo tem sido cada vez mais difundido no Brasil a partir da década de 1990, embora, o período de 2000 a 2010 seja considerado um marco na consolidação do termo e da sua relevância e contribuição para o país.

Considerando que se trata de um tema, relativamente, novo e que está em constante crescimento no Brasil, é interessante demonstrar os principais dados sobre a contribuição do empreendedorismo no Brasil expostos nos relatórios do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) da pesquisa realizada no ano de 2015.

O gráfico 2.1 mostra a evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil entre o período de 2002 a 2015, extraído do relatório GEM publicado pelo SEBRAE:

Gráfico 2.1. - Taxas¹ de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA*, TEE**, TTE*** - Brasil - 2002:2015



Fonte: GEM Brasil 2015

¹ Percentual da população entre 18 e 64 anos.

* Taxa de Empreendedores Iniciais

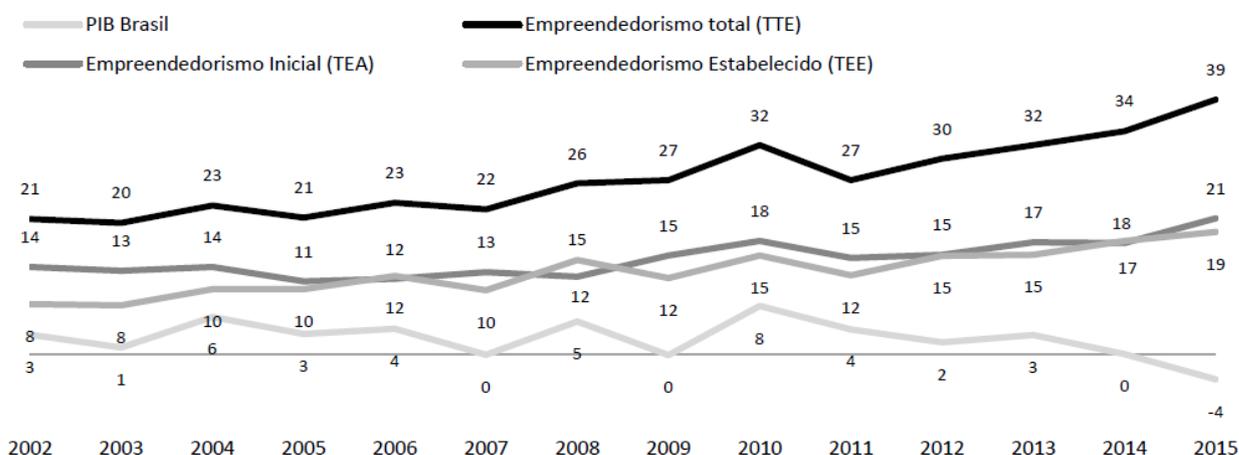
** Taxa de Empreendedores Estabelecidos

*** Taxa de Empreendedorismo Total

Através do gráfico pode-se perceber que comparando o período de 2002 e 2015 houve um crescimento na taxa de empreendedorismo total, englobando tanto os empreendedores iniciais quanto os já estabelecidos, especialmente a partir de 2011 em que as taxas não sofreram nenhuma oscilação negativa.

O gráfico 2.2. evidencia a correlação dessas taxas com o PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil, de acordo com o GEM 2015:

Gráfico 2.2.- Taxas de Empreendedorismo Total, Inicial, Estabelecido e do Produto Interno Bruto (PIB) - Brasil - 2002:2015



Fonte: GEM 2015

No período 2002-2015, as taxas de empreendedorismo total, inicial e estabelecido acompanharam a do PIB. Apesar da conjuntura econômica desfavorável dos anos recentes, particularmente a partir de 2014/2015, as taxas de empreendedorismo vêm apresentando resiliência. (GEM, 2015, p. 30)

Considerando que em tempos de crise econômica e alto desemprego, especialmente em países emergentes, como o Brasil, o nível de empreendedorismo tende a crescer, especialmente o empreendedorismo por necessidade. De acordo com o relatório do GEM:

No período de retração da economia (2014 e 2015), o empreendedorismo total continuou crescendo, porém, agora puxado pela sua componente por necessidade, indicando ser esta componente anticíclica. Isto pode ser um indicativo de que o empreendedorismo no Brasil pode estar assumindo um comportamento mais independente do nível de atividade econômica, talvez sendo mais fortemente influenciado, na última década, por outros fatores estruturais que também estão em processo de mudança, tais como: o aumento do nível de escolaridade dos brasileiros; a redução da burocracia e do peso dos impostos, particularmente no caso dos negócios mais simples e de menor escala de faturamento (a exemplo da criação do MEI); ou até mudanças estruturais na sociedade, agora, cada vez mais propensa à atividade empreendedora. (GEM, 2015)

No entanto, se o cenário econômico é favorável, tem-se que o empreendedorismo aliado à inovação acaba por ser maior, como explicita o relatório a seguir:

Um maior nível de emprego tende a implicar em maior massa de rendimentos, de dispêndios, de crédito ao consumo, o que, associado a

políticas públicas de renda (aumento real do salário mínimo, bolsa família, etc.), amplia os espaços de mercado para novos negócios [...]. Aparentemente, durante o período de maior expansão da economia (2002-2013), o empreendedorismo total cresceu puxado pela sua componente por oportunidade, indicando ser esta componente pró-cíclica, no caso brasileiro. (GEM, 2015, p. 30)

Considerando o cenário macro de todo o país, conforme exposto pelo relatório, o empreendedorismo total continuou em crescimento apesar de o PIB ter mantido uma queda devido às circunstâncias do país na atual conjuntura.

Analisando o cenário micro em Florianópolis, de acordo com o Índice de Cidades Empreendedoras (ICE) publicado pela Endeavor em 2016, a ilha foi considerada a segunda melhor cidade para se empreender perdendo apenas para a cidade de São Paulo – SP.

De acordo com o ICE 2016, os critérios de avaliação consideraram o universo de empresas sem restringir a nenhum setor específico da economia ou porte da organização. A seguir, a figura 2 representa quais são os critérios utilizados.

Figura 2 - Critérios de avaliação para Cidades Empreendedoras



Fonte: ICE 2016

Como resultado da pesquisa, tem-se que o cenário de Florianópolis – SC tem sido bastante positivo para os empreendedores, de acordo com o relatório:

Florianópolis liderou a primeira edição do Índice de Cidades Empreendedoras, em 2014. Em 2015, apareceu na segunda posição, praticamente empatada com São Paulo. Nesta terceira edição, a distância para a capital paulista aumentou. Mesmo repetindo vários excelentes resultados estruturais das últimas edições, a cidade vem perdendo parte do seu fôlego, como no Índice de Inovação, em que agora é vice-líder. Ainda assim, continua sendo um exemplo de planejamento e da importância dos formuladores de políticas públicas para o

desenvolvimento econômico, institucional e social, em uma história que começou há mais de 30 anos, com foco intenso na formação de boas escolas e universidades. (ICE, 2016, p. 20)

Com relação a região Sul do país, de acordo com o relatório: “ O índice de cidades empreendedoras costuma mostrar que as cidades do Sul possuem indicadores bastante competitivos com os da região Sudeste, mas com o custo de vida relativamente menor. ” (ICE, 2016)

“ A ilha é líder da região e a segunda colocada no índice geral graças à grande oferta de profissionais bem qualificados, com boa oferta de insumos à inovação a um custo relativamente menor. ” (ICE, 2016, p. 91)

A figura 3, a seguir, resume o resultado do relatório de Florianópolis, considerando os pilares principais analisados pela Endeavor:

Figura 3 - Relatório de Florianópolis



Fonte: ICE 2016

Discorrido sobre os principais conceitos de empreendedorismo, suas características e processos e uma análise sobre o cenário brasileiro e de Florianópolis, no seguinte tópico será abordado sobre o empreendedorismo feminino.

2.1.1. Empreendedorismo Feminino

Analisando historicamente tem-se que existe uma grande diferença quando o assunto é gênero, ou seja, desde que a sociedade existe, há uma diferenciação da mulher e do homem que vai além da fisiologia. A separação de papéis, da mulher como cuidadora do lar e do homem exercendo o papel de provedor do lar corrobora o surgimento de uma sociedade patriarcal que considera figura masculina como soberana e mais forte, consequentemente, a mulher passa a ser subordinada, maternal e frágil.

As consequências dessa diferença entre homens e mulheres estão enraizadas no modo como a sociedade encara a figura feminina, inclusive nos dias atuais, de uma maneira tão inconsciente que as próprias mulheres acabam por ser machistas, muitas vezes se sujeitando a situações desiguais sem questionar pelo simples comodismo do que lhes foi ensinado desde crianças, e essa situação se perpetua, passando de geração em geração.

Desde crianças são educadas a se portar como o que a sociedade diz ser o “correto” para uma mulher, são ensinadas a cuidar da casa e dos filhos, a cozinhar, a serem vaidosas, possuir boas maneiras e respeitarem a soberania masculina. As consequências disso são divergências no comportamento feminino, insegurança, baixa autoestima, entre outros sentimentos que influenciam diretamente no modo como as mulheres se enxergam e agem diante da sociedade.

Quanto a isso, o autor discorre:

A desigualdade entre homens e mulheres é um traço presente na maioria das sociedades, se não em toda. Na maior parte da história, essa desigualdade não foi camuflada nem escamoteada; pelo contrário, foi assumida como um reflexo da natureza diferenciada dos dois sexos e necessária para a sobrevivência e o progresso da espécie. Ao recusar essa compreensão, ao denunciar a situação das mulheres como efeito de padrões de opressão, o pensamento feminista caminhou para uma crítica ampla do mundo social, que reproduz assimetrias e impede a ação autônoma de muitos de seus integrantes. (MIGUEL, Luis. 2014, p. 17)

Com o surgimento do movimento feminista, a mulher passou a conquistar direitos que antes pareciam ser impossíveis, conseguindo, gradativamente, adentrar o mercado de trabalho.

Quanto a isso, conforme a autora:

O feminismo aparece como um movimento libertário, que não quer só espaço para a mulher – no trabalho, na vida pública, na educação –, mas que luta, sim, por uma nova forma de relacionamento entre homens e mulheres, em que esta última tenha liberdade e autonomia para decidir sobre sua vida e seu corpo. (PINTO, Céli. 2010, p. 16)

Para tanto, segundo Luis Miguel (2014): “ O feminismo e definiu pela construção de uma crítica que vincula a submissão da mulher na esfera doméstica à sua exclusão da esfera pública. ”

Portanto, o cenário tem evoluído bastante, apesar de a sociedade ainda ser bastante patriarcal e não ter atingido o patamar de igualdade de gêneros. Traços comportamentais também não se alteraram em grandes proporções, diante disto, características tipificadas como femininas ainda são diferentes e influenciam em diversas áreas em que as mulheres estão inseridas.

Diante deste cenário, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2016), a presença feminina no mercado de trabalho formal passou a ser em média 44%, mesmo que seja um valor mais baixo do que a taxa masculina, representa um grande avanço para a história das mulheres. Um dos setores que mais se destaca por apresentar um grande crescimento de mulheres atuantes é o empreendedorismo.

A figura 4, a seguir extraída do Relatório GEM (2015), resume as principais áreas de empreendimentos dividido por gênero:

Figura 4 - Atividades empreendedoras por gênero

Descrição Cnae	Atividades		Feminino
	Masculino	Descrição Cnae	
% dos empreendimentos iniciais por gênero			
Construção de edifícios	15,1	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	16,1
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,7	Serviços domésticos	15,7
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	4,7	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	12,8
Manutenção e reparação de veículos automotores	3,9	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	8,5
Obras de acabamento	3,1		
Fabricação de móveis com predominância de madeira	3,1		
Serviços ambulantes de alimentação	2,8		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2,7		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,4		
Serviços domésticos	2,2		
Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	2,2		
Atividades jurídicas, exceto cartórios	2,1		
Outras atividades	48,0	Outras Atividades	46,9

Fonte: GEM Brasil 2015

A partir da figura, fica evidente que o público masculino atua em diversos setores da economia, enquanto as mulheres estão abrindo seus negócios em setores mais restritos, embora não sejam menos importantes, como exemplo o mercado de restaurantes que representa 16,1% do empreendedorismo feminino.

Desta forma, considerando que o empreendedorismo não carrega consigo uma determinação de gênero, a autora Hilka Machado (2016): “ [...] homens e mulheres, constituem parte importante dos estudos. No caso de mulheres, a participação delas na atividade empreendedora é relativamente recente e crescente [...] ”

Ainda de acordo com a autora, o início dos estudos sobre mulheres empreendedoras foi motivado nos Estados Unidos devido ao fenômeno conhecido por “teto de vidro”, que limitava o crescimento das mulheres dentro das organizações impedindo-as de ocuparem posições em níveis mais altos.

Logo, a insatisfação feminina devido às limitações, especialmente, com relação a cargos e salários baixos impulsionou muitas mulheres a se tornarem empreendedoras e criadoras de suas próprias empresas. Especialmente nas últimas décadas em que as discussões acerca das diferenças entre gêneros se tornou ainda mais intensa, percebe-se um grande crescimento de mulheres que acabaram optando por possuírem seu negócio próprio.

Percebe-se que na literatura (MACHADO (2016), BRUNI; GHERARDI; POGGIO, (2004)) sobre empreendedorismo feminino carregam uma vasta discussão acerca da diferença de gêneros, para tanto, os autores procuram explicar o grande motivo pelo qual o empreendedorismo passou a ser um fenômeno tipicamente masculino.

De acordo com Machado (2016), empreendedores são considerados como proativos, pragmáticos e aventureiros, portanto, “a ordem simbólica associa masculino com atividade e pró-atividade, enquanto feminino estaria associado à passividade, adaptação, flexibilidade” (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004, p. 408)

Os autores Bruni, Gherardi e Poggio (2004, p. 407) ainda reforçam que algumas características como: conquistador, explorador de territórios e herói definem empreendedores e reforçam estereótipos de masculinidade.

Em complemento, Orser, Elliot e Leck (2011) descrevem: “[...] estereótipos de feminino, constituídos por traços como emotividade, compreensão, afeto, capacidade de preocupar-se inteiramente com os outros, gentileza, atenção aos sentimentos alheios [...]” acabam por não ser legitimados no universo do empreendedorismo.

De acordo com Ahl (2006) características como lealdade, gentileza, sensibilidade à necessidade dos outros, timidez, compreensão e altruísmo são tidos como o oposto do que se espera de um empreendedor.

“ Com isso, gênero e empreendedorismo são moldados pelas estruturas sociais que influenciam as percepções, atitudes e comportamentos dos indivíduos no papel. ” (DIAZ-GARCIA; WELTER, 2013)

Como complemento, Vale, Serafim e Teodósio (2011) afirmam que mulheres e homens foram imersos em tipos diferentes de relações sociais, enquanto as mulheres tinham o papel de cuidar da casa, suas relações eram mais fortemente ligadas à família,

os homens enquanto provedores do lar, possuiriam laços mais fracos de relacionamento, buscando nas suas relações adquirir alguma vantagem. Essa diferença de papéis já impostas desde sempre pode ser um dos fatores que justificariam a diferença no comportamento de homens e mulheres empreendedoras na atualidade, embora isso ainda precise ser confirmado no trabalho de campo.

Para Buttner (2001), homens e mulheres tendem a estabelecer diferentes modelos de relações, de acordo com o autor, homens tendem a estabelecer uma rede de contatos buscando ganhos pessoais, enquanto as mulheres prezam por questões de natureza mais afetivas.

Conforme Aldrich (1989), interações sociais também se mostram importantes na criação de rede de contatos, para tanto, segundo o autor: “ Redes informais, centradas em socializações com colegas de trabalho, depois do expediente, e redes relacionadas a ações voluntárias são importantes fontes de informação e alianças. Geralmente, as mulheres não usufruem dessa oportunidade. ” (ALDRICH, 1989 apud VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011).

Deste modo, a diferença de gêneros no âmbito do empreendedorismo é reforçada a partir do momento em que as características femininas divergem das masculinas colocadas, algumas vezes, como pontos fracos. Isso corrobora algumas condições diferenciadas, conforme explicam os autores:

A criação de empresas é fruto da ação empreendedora, que pode ser construída por homens e mulheres. Pesquisas comparativas realizadas anteriormente com homens e mulheres empreendedoras mostraram diferenças, especificamente quanto a condições de financiamento, capital social e participação em *networks*, além de outros aspectos associados ao crescimento e ao desempenho das empresas. (BRUNI; BRUSH; WELTER, 2007)

A pesquisa de Jonathan (2003) sobre empreendedorismo feminino na área de TI, uma das poucas publicações que correlacionam o empreendedorismo feminino e a área de tecnologia, trouxe algumas contribuições acerca do modo de gestão feminino e das dificuldades encontradas no estudo de caso. Segundo o autor, no Brasil, a presença feminina no setor de tecnologia tem sido incrementada, especialmente no setor de TI (Tecnologia de Informação), onde diversos estereótipos e preconceitos estão sendo desconstruídos.

Para tanto, Jonathan (2003) conseguiu traçar as principais características de gestão feminina, a seguir a tabela traz as principais características de empreendedoras mulheres que se destacam em todas as literaturas estudadas anteriormente neste presente trabalho:

Tabela 3.2. Características de mulheres empreendedoras

Objetivos bem definidos e amplos	Satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, responsabilidade social e ética
Estruturas organizacionais simples	Horizontais, informais e descentralizadas
Ênfase na cooperação e relacionamentos	Relacionamentos interpessoais e integração
Estratégias inovadoras	Qualidade e satisfação das partes interessadas, tendência de empregar muitas mulheres
Liderança interativa e cooperativa	Valorização e estimulação dos funcionários
Características pessoais	Emocional, altruísta, liderança, foco no bem-estar, gentileza, compreensão

Fonte: Adaptado de Jonathan (2003)

Além das características pessoais e de gestão, o autor também identificou algumas dificuldades listadas por mulheres, tais como, inserção no mercado, financiamento, reconhecimento, desenvolvimento da marca, relação trabalho vs. família e discriminação de gênero.

Cada vez mais, as mulheres brasileiras têm participado do setor de alta tecnologia do mercado de trabalho. Algumas dessas mulheres criam seus próprios negócios e, enquanto proprietárias e líderes de negócios de alta tecnologia, elas revelam uma rica cultura empreendedora. As coisas não são fáceis para elas. No entanto, elas persistem e são assertivas ao lidarem com problemas relativos ao financiamento de seus negócios, à competição, à busca de autonomia, bem como os referentes à discriminação de gênero e de idade. Triplas demandas desafiam as empreendedoras de alta tecnologia e, embora o negócio seja central em suas vidas, elas buscam alcançar um equilíbrio entre as demandas pessoais, familiares e relativas ao trabalho. Suas estratégias para enfrentar os desafios e dificuldades variam, mas, aparentemente, elas são bem-sucedidas. (JONATHAN, Eva G. 2003, p. 50)

De acordo com o estudo feito por Vale, Serafim e Teodósio (2011), existem diferenças no motivo pelo qual as mulheres decidem abrir seu negócio próprio, as autoras destacam que a influência de outras pessoas representa 21% de motivação para as mulheres contra apenas 7% no caso de homens; o desemprego que representa 10% contra

1,8% para homens; e a identificação de uma oportunidade representa apenas 34% contra 50% para homens.

Além disso, existe uma disparidade acerca dos fatores considerados importantes para o sucesso do negócio. Segundo a pesquisa a necessidade de ter um bom administrador é mais significativa para as mulheres, enquanto os homens valorizam o bom conhecimento de mercado e o acesso à novas tecnologias. Esses dados implicam dizer, segundo as autoras, que as mulheres tendem a depender com maior intensidade das experiências, julgamentos e iniciativas de outras pessoas e, em paralelo, se preocupam menos com a inovação e o acesso a recursos tecnológicos. Nesse sentido, seria uma possibilidade que as mulheres se demonstrem mais conservadoras e/ou estejam associadas a modelos de negócios tradicionais, ou seja, empreendedorismo por necessidade, e menos ligadas às oportunidades e inovação.

Ainda de acordo com os autores:

[...] existem características comuns entre homens e mulheres empreendedores. Citam-se entre elas, a escolaridade relativamente elevada, uma compreensão assemelhada das dificuldades sentidas no dia a dia da condução dos negócios, a leitura dos principais fatores relevantes para o sucesso no mundo dos negócios, a maior importância relativa imputada às relações profissionais [...] pequena tradição familiar na área de negócios e capacidade de alavancagem das empresas então criadas, na geração de novas empresas etc. (VALE; SERAFIM; TEODOSIO (2011))

Diante disso, nesses estudos, percebe-se que existem diversos fatores que influenciam diretamente no processo empreendedor feminino, desde características pessoais que, na teoria, acabam por divergir de algumas características de homens empreendedores, até dificuldades ao longo do processo, como o financiamento inicial e no estabelecimento de relações profissionais, para tanto, é um campo a se explorar, uma vez que existem diversas lacunas ainda não explicadas.

Uma pesquisa realizada no setor de transferência de conhecimento de tecnologia na Alemanha apresentou alguns dados interessantes acerca do contexto da diferença de gênero em empreendimentos acadêmicos e tecnológicos. No artigo são apontadas algumas características identificadas no comportamento feminino que poderiam ser uma explicação pela qual a presença feminina no universo empreendedor ainda está em desvantagem.

De acordo com os autores, o estudo indicou que ainda existe uma grande disparidade entre a presença de representantes homens com relação às mulheres, isso se deve ao fato de que as organizações atuais ainda são orientadas para uma cultura tipicamente masculina. Para buscar explicar isso, foram feitas entrevistas com representantes e funcionários homens e mulheres de cada um dos quatro maiores institutos de pesquisa da Alemanha e as nove universidades líderes em tecnologia, de onde foram extraídos alguns motivos que busquem explicar esse fenômeno. Os principais resultados dessa pesquisa serão apresentados na tabela 3.3, a seguir:

Tabela 3.3. Resultados KTT Germany

Principais resultados da pesquisa – KTT Germany
A representatividade feminina nesse ramo, principalmente em posições chave é baixa e pouco integrada, isso quer dizer que a maioria dos entrevistados não lidam com essa discussão nas suas atividades diárias e nem contemplam os benefícios que uma equipe heterogênea traz.
O Conselho de Ciências da Alemanha indica que a presença feminina é indispensável para resguardar e melhorar a performance e capacidade de inovar, no entanto, o que a sociedade impõe como padrão, estereótipos de gênero e o dilema emprego X família possuem grande efeito na escolha de carreiras, isto quer dizer que, existem menos mulheres que decidem seguir alguma carreira na área de pesquisa e tecnologia.
Mulheres em idade de se tornarem mães ou que já são mães tendem a investir em carreiras bastante diferentes dos homens, isso se deve ao fato de que é muito difícil conciliar o trabalho na área de tecnologia com o ambiente familiar, além disso, a indústria tecnológica precisa de funcionários em tempo integral, portanto, do ponto de vista da empresa, manter uma funcionária por meio período ou em licença maternidade se torna insustentável.
Inclusive as mulheres que trabalham no ramo de tecnologia e conhecimento acreditam que para trabalhar nesse ramo não se pode ter grandes responsabilidades com a família.
A presença feminina em posições de tomada de decisão é extremamente baixa, além da participação como <i>stakeholders</i> que varia entre nenhuma ou poucas mulheres nos comitês. Em contrapartida foram feitas campanhas para aumentar o número de mulheres representantes, embora os resultados ainda sejam baixos, o número de mulheres aumentou.

(continua)

(continuação)

Considerada uma área “tipicamente masculina”, o acesso de mulheres se torna mais difícil, o que acaba por desmotivar as mulheres a seguirem carreira na tecnologia. A cultura masculina torna a entrada e adaptação de mulheres mais complicada.

Algumas características femininas representam desvantagens, como por exemplo, o excesso de preocupação com várias coisas, de acordo com o entrevistado, os homens possuem capacidade de focar em uma coisa só, enquanto as mulheres se preocupam com diversas coisas ao mesmo tempo, além disso, ainda de acordo com o entrevistado, o tom de voz das mulheres possui menos credibilidade, pois, demonstra menos firmeza no discurso, especialmente se estão nervosas.

(conclusão) Fonte: Sintetizada a partir do artigo KTT – Germany por Kathinka Best, et al. (2016)

Os resultados encontrados nesse artigo demonstram alguns fatores que influenciam na diferença entre homens e mulheres em ambientes que estão ligados diretamente à tecnologia e ao empreendedorismo, no entanto, deverão ser feitos estudos adicionais que explicam o comportamento tanto de homens quanto mulheres que empreendem e que vão além da diferença de gênero e os estereótipos que lhe são impostos.

No tópico seguinte serão abordados os processos de aprendizagem, seu conceito e importância.

2.2.Processos de Aprendizagem

Neste tópico será tratado sobre os processos de aprendizagem, o seu conceito, importância e alguns estudos acerca desse tema.

Inicia-se a partir da definição de aprendizagem: “ Aprendizagem refere-se a um processo pessoal (quem aprende é o indivíduo), gradativo, cumulativo e constante, considerando a premissa fundamental de que há a possibilidade de adquirir conhecimentos o tempo todo. ” (COELHO JUNIOR; BORGES-ANDRADE, 2008)

Dewey (2000) define a aprendizagem como uma contínua reconstrução e reorganização da experiência que ocorre constantemente em diversas situações a partir do momento em que as pessoas agem e interagem, pensam e refletem seu conhecimento. Nesse sentido, para o autor, a aprendizagem é definida como um processo e não um produto.

Para tanto, a aprendizagem é um processo em que o indivíduo irá converter, através da interação com outros indivíduos e de experiências, conhecimento em aprendizado.

O ambiente organizacional moderno possui uma abordagem muito diferente do que se tinha nas organizações antigas, com a informatização e o avanço da tecnologia, o capital intelectual tem se tornado fator fundamental para as empresas.

De acordo com os autores:

O ambiente de trabalho no século XXI vem sofrendo profundas modificações em torno da necessidade de adaptação contínua das organizações às novas demandas de mercado. Dessa maneira, passou-se a requerer, no âmbito das organizações, profissionais que não sejam apenas detentores de grande quantidade de conhecimento, mas que também saibam utilizar esse repertório de maneira sistêmica, integrada e articulada. (COELHO JUNIOR; MOURÃO, 2011, p. 226)

Os autores complementam ressaltando que as organizações atuais não procuram apenas pessoas mais qualificadas para desempenhar as funções inerentes ao seu cargo, mas, aqueles indivíduos que são capazes de agregar valores e trazer maior vantagem competitiva.

[...] espera-se que haja uma inter-relação entre os indivíduos que ocupam esses papéis de modo a proporcionar vantagem competitiva para as organizações, seja na troca de experiências com colegas e/ou no estímulo contínuo à aprendizagem, na busca pela inovação contínua ou mesmo pela otimização dos processos organizacionais e rotinas de trabalho, maximizando desempenho, enriquecendo seu cargo e agregando valor, de forma contínua, a seu trabalho. (COELHO JUNIOR; MOURÃO, 2011, p. 226)

Nesse sentido, tem-se a importância dos processos de aprendizagem dentro das organizações que são distinguidos em dois tipos: formal e o informal.

Uma das formas de promover o enriquecimento no cargo e de aumentar as possibilidades de os indivíduos desenvolverem um grau de expertise no exercício de suas atribuições corresponde à sua capacitação contínua. As ações de aprendizagem no trabalho, sejam elas de natureza formal (induzida), por meio dos programas de treinamento, desenvolvimento e educação (TD&E), ou informal (não sistematizada, espontânea, natural), passaram a ter importância estratégica para as organizações. (COELHO JUNIOR; BORGES-ANDRADE, 2008)

Para tanto, destaca-se que os processos de aprendizagem formais são práticas recorrentes entre as organizações que investem em treinamentos para seus funcionários inerentes à sua função além de universidades corporativas que são bastante difundidas em grandes corporações. No entanto, o processo informal de aprendizagem passa a ser muito

mais dependente do próprio indivíduo do que diretamente dos investimentos da organização.

“ A aprendizagem experiencial permite por ela própria a implementação da reflexividade, isto é, a construção de uma identidade reflexiva que desenvolve sentido a uma prática onde se tem sucesso. ” (DUBAR, 2006, p. 158)

Em outras palavras, a aprendizagem informal reflete, em sua essência, os conhecimentos adquiridos através da experiência e da reflexão de cada um e é transmitido através da socialização de forma tácita.

A aprendizagem como ação, ocorrendo num contexto condicionador, mas potencialmente indutor de transformações nesse contexto, através da reflexividade que acrescenta ao agente que aprende, desempenha um papel relevante no processo de socialização. Porque embora a ação individual seja sempre condicionada pelo contexto estrutural preexistente em que ocorre, a ação que corresponde a um processo de aprendizagem pode oferecer oportunidades aos indivíduos para inovarem e mudarem o rumo do seu percurso. (ANÍBAL, Alexandra, 2014, p. 23)

Coelho Júnior e Mourão (2011) complementam em seu trabalho que as ações informais de aprendizagem dizem respeito à busca por novos conhecimentos e competências por parte do indivíduo, de uma maneira não planejada ou estruturada, que surgem a partir de alguma necessidade inerente às suas funções e tarefas, como exemplo, os autores trazem o processo de questionamento entre colegas de trabalho, ou o acesso a manuais e instruções disponíveis na internet, intranet ou através da observação.

É importante ressaltar que a aprendizagem organizacional é importante não apenas para os funcionários que ocupam funções gerenciais, mas todos os funcionários da empresa cada um adquirindo conhecimentos inerentes às suas funções. Além disso, a aprendizagem organizacional formal e informal são capazes de promover grande interação social, desenvolvimento de aprendizado através da prática, raciocínio lógico, além da cultura organizacional que é a identidade de cada organização, os costumes e tradições.

Ainda de acordo com os autores, existem sistemas próprios desenvolvidos para medir o nível de aprendizagem organizacional, através do suporte psicossocial na

transferência de conhecimentos analisada estatisticamente e, uma medida válida no Brasil que é a escala de medida de cultura de aprendizagem em relação ao seu desempenho.

Desenvolvido por Menezes, Guimarães e Bido (2011), existe a escala das sete dimensões da cultura de aprendizagem, conforme apresenta Coelho Júnior e Mourão (2011):

[...] oportunidades para a aprendizagem contínua, questionamento e diálogo, colaboração e aprendizagem em equipe, sistemas para capturar e compartilhar a aprendizagem, delegação de poder e responsabilidade, desenvolvimento da visão sistêmica da organização e estímulo à liderança estratégica para a aprendizagem; e duas dimensões de desempenho organizacional: desempenho financeiro e ganho de conhecimento organizacional. Tal estudo confirma a importância de uma cultura voltada para a aprendizagem. (COELHO JUNIOR; MOURÃO, 2011)

Deste modo, é importante entender o que, de fato, constitui o processo de aprendizagem organizacional, para tanto, a figura 4 mostra uma síntese das etapas principais do processo de aprendizagem organizacional, conforme Gonzales, Martins e Toledo (2009):

Figura 5 - Processo de Aprendizagem Organizacional



Fonte: Adaptado de Crossan et al. (1999)

A primeira etapa consiste na aquisição da informação ou experiência pelo indivíduo que, após assimilar as informações e interpretá-las, armazena o conhecimento, o que leva a segunda fase que é o momento em que o indivíduo repassa o que aprendeu a

um grupo de pessoas dentro da organização que irão internalizar esses conhecimentos. Nesse sentido, todo o conhecimento adquirido será integrado passando a constituir uma memória organizacional, ou seja, a somatória de todos os conhecimentos individuais e coletivos geram o conhecimento organizacional que deverá ser armazenado dentro da memória organizacional. O armazenamento é fundamental para que a organização não perca conhecimento devido ao desligamento de algum funcionário detentor de informações, por exemplo.

Desta forma, considerando os processos de aprendizagem formal e informal, nota-se que majoritariamente o aprendizado se dá através do processo informal, uma vez que, o processo formal irá partir de ações realizadas pela empresa, como treinamentos específicos, divulgação de instruções do processo da empresa, entre outras formas. Já o aprendizado informal ocorre o tempo todo, através de interações sociais entre colegas da empresa e de diferentes maneiras, podendo variar desde situações mais formais como um processo de mentoria, por exemplo, ao conhecimento e aprendizado gerado em situações informais, como reuniões de empresa fora do âmbito do trabalho.

Nesse sentido, considerando que a aprendizagem informal é distinta da aprendizagem experiencial, embora a aprendizagem experiencial possua um alto nível de informalidade, o quadro abaixo traz algumas definições, conforme tabela 4.1 a seguir.

Tabela 4.1. Tipos de Aprendizagem Organizacional

Aprendizagem Fortuita	Reuniões, interações informais entre colaboradores, intercâmbio com colegas e professores.
Aprendizagem da Vida	Atividades e papéis desempenhados além do trabalho, que auxiliam na vida profissional, como um membro de um conselho ou voluntário em algum projeto, por exemplo.
Aprendizagem com os outros	Através de trabalho em equipes, em fusões e alianças de empresas, por exemplo.

(continua)

(continuação)

Aprendizagem na ação	No cotidiano, resolução de problemas, atividades desenvolvidas no ambiente de trabalho.
Aprendizagem autodirigida	O próprio indivíduo define, planeja e desenvolve sua demanda de aprendizagem.
Aprendizagem formal	Treinamento, educação básica, cursos, seminários, entre outros.
Aprendizagem baseada no trabalho	Aprendizagem por meio da prática, aquisição de conhecimento de maneira explícita e tácita.

(conclusão) Fonte: adaptado de ANTONELLO (2011)

Através dos exemplos da tabela, é possível perceber que o aprendizado está presente no cotidiano de cada um de diversas maneiras e se dá, basicamente pelo processo de interação social e a troca de experiências.

De acordo com Antonello (2007, p. 15), o processo de aprendizagem informal pode ser estimulado em diversos momentos dentro e fora do trabalho, inclusive ser motivado pela necessidade de ajuda ou suporte por parte de algum funcionário. Em seu artigo sobre aprendizagem organizacional, a autora destaca os principais aspectos sobre a aprendizagem informal e situada, conforme apresenta a figura 5 a seguir:

Figura 6 - Aprendizagem Situada e Informal

	Situada	Informal
DEFINIÇÃO	O aprendizado sempre ocorre em função da atividade, contexto e cultura no qual ocorre ou se situa. Requer participação nas práticas da cultura que o sujeito está inserido.	Trata-se de alguma atividade que envolve a busca de entendimento, conhecimento ou habilidade. Ocorre fora dos currículos que constituem programas educacionais, cursos ou <i>workshops</i>
ÊNFASE	Assim como a aprendizagem na ação/experiencial, enfatiza que a mudança de comportamento é mais provável que aconteça como resultado da reflexão em experiência.	Implica em valorizar não apenas o lado relacional (o papel do indivíduo dentro de um grupo social), mas também à qualidade da aprendizagem. Normalmente envolve algum grau de consciência que a pessoa esteja aprendendo.
COMO OCORRE	Colocar pensamento e ação num lugar e tempo específicos. Situar significa envolver indivíduos, o ambiente e as atividades para criar significado. Significa localizar num <i>setting</i> particular os processos de pensar e fazer utilizados pelos <i>experts</i> para criar conhecimento e habilidades para as atividades. Pode ocorrer em Comunidades de Prática.	Pode ocorrer a partir de uma experiência formalmente estruturada, com base em atividades específicas para este fim. Pode ser planejada ou não planejada. Pode ocorrer em Comunidades de Prática.
RESULTADO	Fornece ao indivíduo o benefício do conhecimento ampliado e o potencial para aplicar este conhecimento de novas formas em novas situações.	O indivíduo pode adquirir competências por envolvimento num processo contínuo de aprendizagem. A aprendizagem não é apenas reprodução, mas reformulação e renovação do conhecimento e das competências.

Fonte: Adaptado de Antonello (2007)

O processo de aprendizagem informal, em síntese, se refere a situações que ocorrem no cotidiano, em que o próprio indivíduo controla seu processo de aprendizagem. A aprendizagem informal é caracterizada por ser, majoritariamente, experimental, prática

e não institucional, ou seja, resulta de experiências como socializações, eventos, rotinas, situações além da rotina.

Livingstone (1999) define a aprendizagem informal como uma atividade que envolve a busca pelo entendimento, conhecimento ou competência que ocorre fora dos currículos que constituem cursos e programas educacionais.

Ou seja, a aprendizagem informal pode se encontrar em processos formais de ensino, ser planejada ou não, no entanto, é um processo em que o indivíduo está consciente e é capaz de controlar.

Por outro lado, o processo de aprendizagem situada, de acordo com Antonello (2011), significa que os indivíduos são capazes de aprender através da perspectiva social, ou seja, através da observação e interação com outros membros do grupo social. Sendo que a principal característica da aprendizagem situada é analisar o impacto que o contexto social possui no aprendizado.

Nesse processo de aprendizagem, a interação social é um componente crítico, uma vez que os indivíduos ficam inseridos e envolvidos no que os autores Wenger e Lave (1998) definem como “Comunidades de prática”, ao invés de representar a aprendizagem por meios formais como treinamentos. Por isso, o aprendizado ocorre de forma não intencional e deliberada.

“ O conhecimento é obtido pelos processos descritos como “*way in*” e prática. (ANTONELLO, Claudia. 2011 p, 145)

Ainda de acordo com a autora, “*way in*” é um período de observação, o aprendiz assiste o mestre e faz a primeira tentativa de resolver o problema. Assim, a aprendizagem situada representa o contexto social em que o aprendizado se baseia, fornecendo ao indivíduo o conhecimento e a capacidade de aplicar este conhecimento de novas formas e em novas situações.

Por fim, a aprendizagem incidental sugere o aprendizado a partir de situações inesperadas, acidentais e não-intencionais que ocorrem no cotidiano, para tanto, a única forma de controle da aprendizagem incidental é sobre o processo e o resultado em si, por parte, exclusivamente, do indivíduo.

Ocorre de diversas formas, como exemplo, através da observação, repetição, interação social ou até mesmo através da resolução de problemas no cotidiano. Além disso, pode ocorrer através de conversas com mentores, suposições, atribuições ou da simples necessidade de adaptação a alguma situação.

“A aprendizagem informal tem papel essencial no cotidiano de trabalho, no entanto, deve ficar claro que não pode ser considerada a única forma de aprendizagem, ela está imbricada nos processos de aprendizagem formal.” (FLACH; ANTONELLO, 2009, p 204)

Deste modo, ambas formas de aprendizado (formal e informal) possuem grande importância dentro das organizações, especialmente na era em que vivemos na qual o conhecimento e capital humano são os bens mais preciosos para as organizações, pois é a partir do conhecimento organizacional e da cultura interna que as empresas possuem capacidade de inovar e adquirir vantagem competitiva.

No próximo tópico, será explicado sobre incubadoras tecnológicas, seu conceito e importância para o empreendedorismo.

2.3. Incubadoras Tecnológicas

A seguir, será tratado acerca da definição de incubadoras e o processo de incubação para novas empresas.

As incubadoras tecnológicas constituem parte integrante dos polos e parques tecnológicos e geralmente apresentam como objetivo prestar apoio a novos empreendedores, normalmente de maneira subsidiada, instalações físicas, fornecimento de serviços técnicos e administrativos às empresas nascentes, por determinado período. (STAINSAK; Cristiane, 2003)

“No Brasil, a primeira incubadora foi instalada em 1985, na cidade de São Carlos, com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq.” (STAINSAK; Cristiane, 2003)

A seguir Florianópolis, Curitiba, Campina Grande e Distrito Federal também estabeleceram incubadoras. Em 1987, foi criada a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas – ANPROTEC que iniciou a articulação do movimento de criação de incubadoras de empresas no Brasil, afiliando incubadoras de empresas ou suas instituições gestoras. (STAINSAK; Cristiane, 2003)

De acordo com o estudo realizado pela ANPROTEC em parceria com o SEBRAE em 2016: “ O Brasil tem 369 incubadoras em operação, que abrigam 2.310 empresas incubadas e 2.815 empresas graduadas, gerando 53.280 postos de trabalho. ”

A ideia de acompanhar um negócio desde o seu estágio inicial e de ajudar o desenvolvimento de empreendimentos desde antes de seu nascimento formal e sua abertura para atuação no mercado é a base do conceito de incubação de empresas. Nesse sentido, as incubadoras são o mecanismo mais tradicional de geração de empreendimentos inovadores, tendo suas origens na experiência de Nova Iorque, Estados Unidos, em 1959 [...]

[...] historicamente, os programas de incubação têm como propósito auxiliar os empreendedores na maturação de seus negócios, por meio de ações que permitam adquirir conhecimentos e desenvolver habilidades de gestão empresarial, bem como conferir ao empreendimento características fundamentais à competitividade. Produz-se, ao final do programa de incubação, empresas financeiramente viáveis, com gestão adequada e bem posicionadas em seus mercados de atuação. (ANPROTEC, 2016, p. 6)

Conforme a ANPROTEC (2016), o processo de incubação das empresas passa por três gerações que estão ilustradas na figura 6 a seguir:

Figura 7 - Processo de Incubação



Fonte: ANPROTEC (2016)

A primeira consiste na oferta de um espaço físico e dos recursos compartilhados básicos necessários para a implementação da empresa com boa qualidade e a baixos custos, tais como auditórios, salas de reuniões, equipamentos de uso comum, entre outros.

A segunda geração se caracteriza pelos serviços de apoio ao desenvolvimento do negócio, como treinamentos, mentorias, *coaching*, entre outros. “ O pacote de serviços oferecidos é projetado para melhorar as taxas de crescimento e de sucesso das novas

empresas, com consequente aumento do impacto sobre a economia da região”. (ANPROTEC, 2016, p. 8)

A terceira geração busca criar e incentivar as conexões com outras organizações a fim de garantir recursos e conhecimentos de benefício mútuo, sintonizando a empresa dentro do mercado de inovação em que está inserida.

Para tanto, de acordo com o SEBRAE, as incubadoras propiciam aos empreendimentos novos subsídios na gestão empresarial e tecnológica, comercialização de produtos e serviços, contabilidade, marketing, assistência jurídica, captação de recursos, contratos com financiadores, engenharia da produção e propriedade intelectual.

Considerando que todas as áreas possuem grande importância na sobrevivência de todas as organizações, as incubadoras se tornaram um meio facilitador de qualidade para empreender e inovar.

É importante ressaltar o papel do Governo no processo de criação de incubadoras e incentivos à criação de empresas tecnológicas, pois assim, a geração de conhecimento através de pesquisas é incentivada agregando para o desenvolvimento socioeconômico da região.

As incubadoras de empresas são entidades sem fins lucrativos destinadas a amparar o estágio inicial de empresas nascentes que se enquadram em determinadas áreas de negócios. Uma incubadora de empresas pode ser definida como um ambiente flexível e encorajador no qual são oferecidas facilidades para o surgimento e o crescimento de novos empreendimentos. (ANPROTEC, 1998)

O processo empreendedor de empresas que não contará com facilitadores quando comparado com empresas incubadas, nesse sentido, a taxa de empresas incubadas é muito menor do que as empresas em geral, o que corrobora o aumento da procura de novas empresas por incubadoras no país. Essa procura influencia no aumento de incubadoras no Brasil que, atualmente, conta com 369 incubadoras, cuja principal razão pelo aumento desse número é o financiamento proporcionado pelo Sebrae, conforme dados da Anprotec.

No próximo capítulo desse trabalho serão abordados os métodos utilizados para o embasamento teórico e a coleta de dados que constituem essa pesquisa.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo será apresentado o percurso metodológico feito nesta pesquisa. Por procedimento metodológico, entende-se:

O proceder metodológico, ou abreviadamente denominado de metodologia, representa a escolha do método dedutivo ou indutivo, bem como as tipologias de pesquisa como instrumento a ser utilizado, podendo ser: experimental, teórica, exploratória, explicativa, bibliográfica, documental, qualitativa, quantitativa, etc. Na prática, haverá uma combinação das tipologias de pesquisa. Por exemplo, quando se faz uma abordagem quantitativa (métodos quantitativos), deve-se, também, utilizar a abordagem qualitativa para esclarecer, para comentar os resultados. (SILVA; CHACON, et al. (2004))

Para tanto, é importante definir o método utilizado na pesquisa, como será realizada a coleta de dados e o caráter utilizado na análise dos dados, pois, desta forma, fica esclarecido a forma que o trabalho foi feito para atingir os resultados explicitados.

3.1. Objetivos da Pesquisa

Quanto aos objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como caráter exploratório, visto que, busca reunir informações acerca de um campo ainda pouco explorado com escassos estudos e projetos alinhados ao objetivo geral dessa pesquisa. Os projetos e estudos existentes possuem uma vertente muito mais descritiva e focada na discussão de gêneros e os projetos identificados nessa linha de pensamento como algumas ONGs objetivam a valorização das mulheres, especialmente, enquanto empreendedoras e mães, como exemplo as Anitas, que estimulam a discussão através da troca de experiências.

Considerando a lacuna teórica de mulheres empreendedoras na área de tecnologia, a pesquisa também possui caráter descritivo, uma vez que irá buscar na literatura informações para embasamento teórico, a fim de confrontá-las com a prática.

Também será feito um estudo de caso com as mulheres colaboradoras de empresas de tecnologia localizadas fisicamente na ACATE, o primeiro contato será feito para explicar o intuito da pesquisa e determinar o melhor dia e horário para a coleta de dados.

De acordo com Yin (1989, p.23):

O estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas.

Nesse sentido, a utilização do estudo de caso como método de pesquisa propicia a investigação do fenômeno a ser estudado e confronta a literatura com a prática.

3.2. Universo e amostra da Pesquisa

O Universo dessa pesquisa são as quatorze empresas que atualmente estão incubadas na ACATE. A amostra se caracteriza por três empresas participantes e seu deu por conveniência e acessibilidade.

Por acessibilidade entende-se que se trata de uma amostra destituída de qualquer rigor estatístico, conforme afirmam Lwanga e Lemeshow²⁰ (1991), o pesquisador irá selecionar os recursos a que tem acesso e, a partir disso, admitir que representam o universo da pesquisa. A amostra por conveniência ou acessibilidade é adequada para pesquisas de caráter exploratório e/ou qualitativos.

Participaram da pesquisa seis entrevistadas representantes de três empresas Alfa, Beta e Gama (nomes fictícios) dentro do universo delimitado nesta pesquisa. Como forma de resguardar a identidade das entrevistadas, estas receberam códigos: E1, E2, E3, E4, E5 e E6.

3.3. Coleta e Tratamento de Dados

Os dados secundários que constituíram toda a fundamentação teórica foram extraídos de artigos científicos, livros e sites que estão devidamente referenciados ao final do trabalho.

Os dados primários foram coletados por meio de entrevista coletiva com quatro colaboradoras da empresa Alfa (nome fictício) e por duas entrevistas individuais realizadas com duas mulheres representantes das empresas Beta e Gama.

A coleta de dados se deu por uma entrevista semiestruturada que se caracteriza por:

A entrevista semiestruturada é uma técnica de coleta de dados que supõe uma conversação continuada entre informante e pesquisador e que deve ser dirigida por este de acordo com seus objetivos. Desse modo, da vida do informante só interessa aquilo que vem se inserir diretamente no domínio da pesquisa. (DUARTE, 2002, p. 147. Apud QUEIROZ, 1988)

Ou seja, a pesquisa semiestruturada é uma conversa que permite o entrevistado se expressar com mais liberdade, no entanto, deve ser dirigida para os objetivos da pesquisa.

O roteiro destas entrevistas tem 15 perguntas e está anexado no apêndice (A). As informações reunidas foram analisadas a fim de responder os objetivos específicos determinados do trabalho: quais são os processos de aprendizagem, motivações e dificuldade para se empreender em TI na ótica dessas mulheres.

A análise feita será qualitativa, isto é, busca identificar conceitos subjetivos a partir das falas das entrevistadas, além disso, o tratamento dos dados coletados se deu por análise interpretativa que, conforme o autor:

Interpretar, em sentido restrito é tomar uma posição própria a respeito das ideias enunciadas, é superar a estrita mensagem do teto, é ler nas entrelinhas, é forçar o autor a dialogar, é explorar toda fecundidade das ideias expostas, enfim, dialogar com o autor. (LUZ, Claudio, 2002)

Portanto, fazer uma análise interpretativa implica em entender a mensagem e tomar uma posição com respeito ao assunto.

Esse trabalho servirá como base para um projeto que será desenvolvido ao longo desse ano cujo objetivo é a realização de um fórum de debates acerca da presença feminina na área de tecnologia para que esse assunto se torne mais presente dentro da comunidade.

3.4.Limitações da Pesquisa

As principais limitações da pesquisa incluem as próprias limitações do método qualitativo de análise, além disso, existem poucas respondentes, uma vez que, o número de mulheres atuando nessa área também é reduzido. A acessibilidade das entrevistadas também se tornou um limitante, pois, como é uma área muito dinâmica, dificilmente elas conseguiam tempo para participar das entrevistas coletivas e o tempo para ser entregue a pesquisa.

4. ANÁLISE

4.1. Sobre a ACATE.

De acordo com o site oficial da Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (ACATE), a organização é um órgão sem fins lucrativos que atua desde 1986, possui sede em Florianópolis/SC e trabalha em prol do desenvolvimento tecnológico no Estado de Santa Catarina. Durante sua trajetória, a ACATE se consagrou como uma das principais interlocutoras das empresas no ramo de tecnologia do estado junto aos poderes municipais, estaduais e federal, além de outras organizações atuantes na área de tecnologia em todo o país.

A ACATE também atua na integração entre o setor tecnológico e centros de pesquisa e agências de financiamento e trabalha com parcerias com empresas e órgãos para oferecer benefícios e ferramentas a fim de estimular o crescimento de seus associados, nesse sentido, a ACATE fortalece os vínculos com seus parceiros o que influencia o empreendedorismo tecnológico e fortalece o setor no estado de Santa Catarina.

Entre seus parceiros estão empresas que atuam no desenvolvimento e comercialização de *hardwares*, *softwares* e serviços para diversas áreas, entre elas o agronegócio, aviação, educação, energia, engenharia e construção, saúde, telecomunicações, entre outras.

Com sua criação em 1986, inicialmente a ACATE possuía sua área de abrangência somente na região de Grande Florianópolis, no entanto, sua atuação tomou proporções grandes e se expandiu por todo o estado de Santa Catarina. Em 2009, a ACATE inaugurou seu novo parque tecnológico, em parceria com o Corporate Park. O Parque Tecnológico ACATE disponibiliza um espaço que pode ser alugado pelas empresas associadas com desconto.

Além disso, a ACATE é a administradora do Midi Tecnológico que é uma incubadora mantida pelo SEBRAE/SC (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina). A incubadora oferece para as empresas incubadas uma infraestrutura física, operacional e gerencial, isto é, além de fornecer o espaço físico e os recursos, o Midi oferece um suporte operacional e gerencial para as empresas, a fim de incentivar a criação e inovação desses empreendimentos da região.

Alguns dos benefícios da incubação oferecidos pelo Midi são a capacitação empresarial, disponibilidade de uma biblioteca, estrutura de eventos e oportunidades, aproximação entre as empresas e as fontes de investimento, rede social corporativa, parcerias tecnológicas, sinergia e networking e a filiação automática à ACATE.

Para ser uma incubada, a empresa deve participar de um processo seletivo intenso, apresentando um plano de negócios bem estruturado e inovador, desta forma, as empresas que são incubadas pelo Midi são de alta tecnologia e inovação.

Atualmente, as empresas incubadas e pós-incubadas residentes no Midi são: Impact Hub, Social Good Brasil, Nextar, Tekoa, Byne, Flex, Sambba, Globulo, Ilog, Valeunet, Senior, Darwin, Poweroptics e Decora. Todas essas empresas atuam na área de tecnologia dentro do Midi e se caracterizam como o universo dessa pesquisa, embora, conforme explicado na metodologia, a coleta de dados tenha sido feita com uma amostra de mulheres colaboradoras dessas empresas, de acordo com a acessibilidade de cada uma.

No anexo dessa pesquisa será colocado o questionário feito com as perguntas que nortearam essa pesquisa e que estão alinhadas com os objetivos específicos e geral desse trabalho que são para identificar as motivações, dificuldades e processos de aprendizagem sobre o empreendedorismo na visão das mulheres colaboradoras em empresas de tecnologia. A seguir será feita a análise dos resultados da pesquisa.

4.2. Análise dos dados

Considerando que o universo estipulado para essa pesquisa eram todas as mulheres colaboradoras nas empresas localizadas fisicamente na ACATE e a amostra por acessibilidade, foram selecionadas seis mulheres que participaram efetivamente deste trabalho, sendo que quatro delas participaram da entrevista utilizando a técnica de entrevista coletiva, ou seja, através de perguntas norteadoras foi estimulado um debate acerca das questões a serem analisadas de acordo com os objetivos deste trabalho. As outras duas entrevistadas participaram da pesquisa individualmente, embora tenham respondido às mesmas perguntas utilizadas nas entrevistas de grupo.

De uma maneira geral, essa pesquisa desde a primeira entrevista feita com o grupo de quatro mulheres colaboradoras se mostrou bastante enriquecedora, uma vez que, houve grande interesse por parte das mulheres entrevistadas na pesquisa e nos resultados que seriam encontrados.

Posteriormente, trabalhar individualmente com as duas entrevistadas também trouxe contribuições, embora não tenha sido um diálogo tão aprofundado quanto o grupo.

Ao longo deste capítulo serão apresentados os principais resultados da pesquisa de maneira estruturada considerando o perfil das entrevistadas e a relação das informações coletadas com os objetivos específicos pré-determinados no início do trabalho.

4.2.1. Perfil das Entrevistadas

A fim de responder o primeiro objetivo específico desta pesquisa, que diz respeito à trajetória das entrevistadas, a seguir será feita a análise dos dados coletados.

Considerando o perfil das entrevistadas percebe-se que nenhuma delas possui formação em cursos de graduação diretamente ligados à área de tecnologia, embora em alguns casos o cargo desempenhado pelas colaboradoras seja relacionado à sua formação, como o caso das mulheres que são graduadas em Jornalismo e que desempenham funções dentro da área de comunicação da empresa em que trabalham. Em contrapartida, a entrevistada que possui graduação em Fisioterapia é representante do departamento de Recursos Humanos da empresa que trabalha com Marketing Digital. A seguir a tabela 5.1 resume a graduação de cada entrevistada, o tempo em que trabalha na empresa e o cargo desempenhado:

Tabela 5.1. Perfil das entrevistadas

Entrevistada	Formação (graduação)	Tempo de empresa	Cargo
1	Fisioterapia	3 anos	RH
2	Design de Produtos	3 anos	Designer
3	Jornalismo	45 dias	Mídias Sociais
4	Jornalismo	1 ano e 4 meses	Assessoria de Imprensa
5	Relações Internacionais	1 ano	Administrativo
6	Gestão da Produção Industrial (técnica)	8 meses	Administrativo

Fonte: Dados primários. 2017

Desta forma, considerando o que foi explicitado na fundamentação teórica deste trabalho, com relação ao baixo número de mulheres graduadas em cursos ligados à tecnologia, de acordo com a amostra as estatísticas se mantêm, uma vez que das seis entrevistadas nenhuma possui graduação na área de tecnologia. Portanto, infere-se que este campo de atuação não é restritivo, sendo possibilitada à outras áreas de formação atuar na área de negócios tecnológicos.

Além das informações explicitadas na tabela acima, a faixa etária predominante das entrevistadas da amostra é entre 25 e 35 anos, isso indica que as mulheres que trabalham nas empresas de tecnologia são jovens que concluíram os estudos de ensino superior há pouco tempo. Dentre as entrevistadas, apenas duas são casadas e têm filhos, deste modo, a maioria ainda não possui dependentes.

O artigo que trabalhou o estudo de caso no setor de Conhecimento e Tecnologia na Alemanha, de acordo com Kathinka Best, et al. (2016) tem como um de seus principais resultados a seguinte questão: “Inclusive as mulheres que trabalham no ramo de tecnologia e conhecimento acreditam que para trabalhar nesse ramo não se pode ter grandes responsabilidades com a família.”

Considerando que ao longo da pesquisa realizada na literatura acerca do tema empreendedorismo feminino, alguns dos artigos encontrados traziam a polêmica que envolve a mulher enquanto trabalhadora *versus* o papel da mulher como mãe, se comparado com a amostra escolhida percebe-se que a maioria ainda não possui filhos, para tanto, essa questão ainda não faz parte da rotina dessas mulheres.

Nesse sentido, de acordo com o IBGE (2015), as mulheres brasileiras, em média, estão se tornando mães cada vez mais tarde, isso quer dizer que, no ano de 2015 a faixa etária de 30 a 39 anos aumentou sua representatividade de mulheres grávidas. Para tanto, como a faixa etária das mulheres que trabalham nas empresas de tecnologia, conforme a amostra, é entre 25 e 35 anos, nem todas pensam em se tornar mães ainda, desta forma, considerando os dados coletados na entrevista não fica evidente que as mulheres estão deixando de ter filhos por causa da rotina de trabalho.

Com relação às experiências anteriores de cada entrevistada, quando foi questionado se elas já haviam trabalhado em alguma empresa de tecnologia anteriormente, das cinco entrevistadas apenas uma possuía uma experiência anterior com

empresa de tecnologia, segundo a entrevistada E3: ” Já trabalhei em uma empresa que desenvolvia softwares para governo eletrônico e foi a experiência mais forte que eu tive e me fez migrar para essa área e ver que eu quero trabalhar com isso o resto da vida. ”

Para tanto, percebe-se que para trabalhar em empresas de tecnologia nem sempre é necessário possuir muita experiência na área, até porque é um ramo que vem se renovando constantemente e, parte desse resultado se dá através da junção de diversos perfis e experiências das pessoas que vêm para agregar nas organizações.

Por outro lado, abrir um novo negócio já é um processo que exige do empreendedor certa experiência de vida e nos negócios, conforme define Dornelas (2012), empreendedores são visionários, capazes de planejar o futuro detalhadamente, são dedicados e trabalhadores, possuem muitas experiências na área e criatividade, são inovadores em sua maioria e possuem grande rede de contatos no qual se apoiam para criar um novo negócio de sucesso.

Nesse sentido, considerando que a área de tecnologia possui como principal foco a inovação e possui grandes perspectivas de crescimento, uma vez que, a busca pela inovação é incessante e as oportunidades são diversas, é por esse motivo, principalmente, que as pessoas estão gradativamente migrando para esse ramo. E é a partir dessas vivências que o profissional adquire as experiências que irão desenvolver as competências e o espírito empreendedor.

É importante ressaltar que a quantidade de experiência irá variar de pessoa para pessoa, algumas experiências trazem vasto aprendizado, enquanto outras nem tanto, além disso, ser um empreendedor exige que o indivíduo seja propenso a aceitar certo nível de risco, ou seja, se a pessoa tiver um perfil muito conservador, dificilmente irá empreender.

Além disso, foi destacado nas entrevistas que trabalhar na área de tecnologia foi a maneira que elas encontraram de adentrar em um mercado de trabalho com maiores expectativas, isso porque a área de jornalismo, por exemplo, está entrando em decadência, ou seja, o mercado para essa atividade está passando por uma fase bastante conturbada, por esse motivo, elas buscaram trabalhar na atual empresa que trabalha com Marketing Digital que é a mais nova tendência das *startups*.

Conforme explica a entrevistada E5 em sua fala:

Vim, porque eu acho que o jornalismo acabou, é uma realidade. A assessoria de imprensa, somente, não tem mais campo e eu avaliei que o Marketing Digital era mais um próximo passo, mais uma qualificação no meu currículo, mais uma coisa para eu saber, então eu vim com a cara e a coragem para aprender e realmente fazer a diferença.

Ou seja, também há uma busca para trabalhar com tecnologia que procura complementar o conhecimento adquirido, como no caso da entrevistada Y, na sua formação como Jornalista.

Na sessão seguinte será tratado sobre o perfil das empresas, a cultura organizacional e as motivações coletadas nesta pesquisa.

4.2.2. Perfil das Empresas – Cultura Organizacional e Motivações

O segundo objetivo específico deste trabalho sobre as principais motivações identificadas nas entrevistas será discorrido a seguir.

Sabe-se que atualmente existem diversos modelos de gestão de empresas que possuem como base as teorias de administração desenvolvidas ao longo da história, para tanto, as empresas mais modernas têm adotado o “modelo Google” de gestão, isso quer dizer que essas empresas preocupam-se em desenvolver um ambiente criativo e diferenciado para seus funcionários de modo a estimulá-los a trabalhar orientados para o resultado, deixando de ser tão importante os processos da empresa, ou seja, houve uma cultura de desburocratização dessas organizações.

Além disso, houve uma descentralização de poderes e a estrutura do organograma das empresas passou a ser mais horizontal, dessa forma, os funcionários possuem fácil acesso aos seus superiores que, por sua vez, estão cada vez mais próximos de seus subordinados. As exigências sobre a capacidade de trabalhar em equipe e a entrega de resultados estão cada vez maiores, sendo assim, para manter a motivação dos colaboradores, é oferecido um ambiente dinâmico, com horários de trabalho flexíveis e uma rotina menos burocrática.

A partir disso, as incubadoras oferecem às empresas incubadas um ambiente que proporciona essas características flexíveis e inovadoras em um ambiente único com alta interação entre diversas organizações, para tanto, tem-se que:

As incubadoras de empresas são entidades sem fins lucrativos destinadas a amparar o estágio inicial de empresas nascentes que se enquadram em determinadas áreas de negócios. Uma incubadora de

empresas pode ser definida como um ambiente flexível e encorajador no qual são oferecidas facilidades para o surgimento e o crescimento de novos empreendimentos. (ANPROTEC, 1998)

Deste modo, o processo de incubação das organizações, conforme dados da ANPROTEC (1998), consiste em fornecer um espaço físico e estrutura para novos empreendimentos, além de programas de capacitação e treinamento possibilitando que a empresa seja inserida e sintonizada no mercado de inovação em que está inserida.

Tomadas pelo clima de tecnologia e inovação, as empresas incubadas na ACATE, bem como as empresas modernas de tecnologia possuem uma cultura organizacional que trabalha bastante a flexibilidade, horizontalidade e criatividade, acima de tudo. Nesse sentido, através das falas das entrevistadas podemos confirmar que o clima organizacional das empresas trabalhadas não se difere das demais.

A partir das falas das entrevistadas, percebe-se que essa cultura organizacional mais dinâmica e flexível é um atrativo para os funcionários, especialmente das gerações mais recentes que buscam ambientes de trabalho mais descontraídos e com uma rotina menos engessada. A entrevistada E3 ressalta a motivação que ambientes como esse trazem para seus funcionários, segundo ela:

Também tenho uma visão bem parecida com a da [...], sobre essa diversificação, é legal porque como trabalhamos em uma área criativa, nossa cabeça precisa sempre estar tendo ideias, precisa sempre estar refrescada, então sempre tendo uma coisa nova e diferente, você nunca vai ficar só em uma coisa, então você sempre vai trabalhar naquilo que ama, sempre tendo uma coisa nova. O que eu gosto também é que é uma equipe muito diversificada, é muito legal conhecer pessoas de diversas áreas, é legal ter essa troca de conhecimento, de ver o pessoal sempre te ajudando, isso te motiva.

Além do ambiente interno das organizações serem bastante motivadores, até pela cultura flexível e o ambiente criativo com menos rotina, o ambiente externo também possui bastante influência, especialmente no que diz respeito à gestão do conhecimento através da interação de pessoas diferentes com experiências diferentes em um mesmo ambiente que é a incubadora.

Corroborando com isso, a entrevistada E1 explica o que mais a atrai no ambiente e na empresa em que trabalha:

[...] é um espaço de *coworking* e a gente convive com diversas pessoas da área de tecnologia. O que me atrai é que todos os dias a gente conhece gente diferente, sempre tem alguma coisa nova, não tem uma

rotina certa, estar nesse ambiente, com diversas empresas de tecnologia, é um lugar que atrai, o ambiente. Acho que o fato de não ter uma rotina me atrai muito.

A partir da fala acima, é possível perceber que nem todas as mulheres possuem o perfil conservador e passivo, como afirmam os autores: “a ordem simbólica associa masculino com atividade e pró-atividade, enquanto feminino estaria associado à passividade, adaptação, flexibilidade” (BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004, p. 408), pois, uma vez que a rotina dinâmica se torna um atrativo maior para o ambiente de trabalho, significa dizer que a pessoa possui maior capacidade de lidar com incertezas e, de uma certa forma, isso lhe atrai, o que acaba sendo o oposto do que uma pessoa conservadora buscaria em seu cotidiano.

Outro fator que foi bastante falado nas entrevistas é o rápido crescimento que trabalhar com tecnologia proporciona para os colaboradores, uma das entrevistadas em sua fala ressalta que o crescimento do conhecimento é tão rápido que mesmo que você não possua experiência nenhuma com a área, em pouco tempo já será plenamente capaz de tomar decisões.

Um exemplo disso é a entrevistada E5 que nunca trabalhou antes em empresa de tecnologia e está na empresa há 1 ano e 4 meses, de acordo com ela:

A curva de crescimento é incrível, as pessoas entram sabendo 0 e sai no final do ano sabendo 320. No meu caso eu tenho uma equipe de repórteres, faço a coordenação deles e a coordenação de conteúdo, é a parte legal, tu planejar como é que vai ser o mês do seu cliente e ver aquilo ser executado, as vezes não dá muito certo por coisas que não dependem da gente, mas é legal ver sua estratégia dando certo.

Se compararmos com outras empresas que já se encontram em um cenário mais estagnado, ou seja, que não estão em um crescimento tão intenso, um funcionário que trabalha há pouco mais de 1 ano na organização ainda não possuiria um cargo de tanta responsabilidade, especialmente pela pouca experiência de trabalho.

Para tanto, podemos estabelecer uma relação das principais motivações identificadas pelas entrevistadas, conforme a tabela 5.2. a seguir:

Tabela 5.2. Motivações identificadas

Principais motivações identificadas
Área em crescimento, portanto possui possibilidade de ascensão rápida de cargo.

(continua)

(continuação)

Crescimento profissional intenso e rápido, geração e gestão de conhecimento que agregam muito para o profissional.
Área ampla, a tecnologia engloba diversas áreas, desta forma há mais possibilidades.
Ambiente que explora e incentiva a criatividade, dinamismo e autonomia.
Equipe diversificada, possibilidade de trabalhar com pessoas de diferentes áreas que possuem conhecimentos diferentes para agregar.
Ambiente físico que proporciona maior interação entre os funcionários, trazendo um ambiente mais descontraído e que valoriza o trabalho em equipe.
O ambiente propicia grande circulação de pessoas e, conseqüentemente, uma rotina menos engessada.

(conclusão) Fonte: Dados primários. 2017

Portanto, considerando as características e premissas de um empreendedor e as motivações de se trabalhar na área de tecnologia, segundo as entrevistadas, é possível estabelecer uma correlação entre os dois fatores. Isso quer dizer que, as motivações elencadas como pontos fortes para se trabalhar em uma empresa de tecnologia complementam as razões pelas quais, geralmente, os empreendedores decidem abrir seu negócio próprio.

Levando em conta as motivações levantadas na tabela anterior, entende-se que pessoas que trabalham na área de tecnologia possuem a capacidade de lidar com pressões em um ambiente instável, conforme Dornelas (2012), as características para um empreendedor de sucesso envolvem ser visionário e saber explorar ao máximo o ambiente, ou seja, ser capaz de identificar oportunidades no meio em que estão.

Isso quer dizer que, a partir do momento em que determinada pessoa possui características e perfil empreendedor, tais como, criatividade e inovação, por exemplo, é mais provável que ela busque trabalhar em ambientes que estimulem a criatividade e inovação do que ambientes rígidos de trabalho.

Além disso, pessoas empreendedoras são capazes de realizar bons trabalhos em equipe e possuem em sua essência as principais características de líder, para tanto, a cultura organizacional corrobora o desenvolvimento da capacidade de trabalhar em equipe e de liderança, especialmente em empresas novas que possuem grande perspectiva de crescimento e gestão de carreira bem estruturada para os seus colaboradores.

Sendo assim, as principais motivações para se empreender na área de tecnologia identificadas de acordo com o embasamento teórico e a pesquisa de campo estão relacionadas com as características do perfil empreendedor, o que nos permite afirmar que a área de tecnologia está se tornando cada vez mais um potencial para se empreender no Brasil.

A partir disso, as entrevistadas foram questionadas se elas empreenderiam na área de tecnologia, curiosamente essa pergunta foi a que mais causou dúvidas e discussão, uma vez que, a grande maioria ainda não parou para analisar essa possibilidade. As principais razões pela qual empreender na área de tecnologia ainda não é o foco das entrevistadas são:

- Elas ainda estão em busca de adquirir mais conhecimentos e experiência na área.

Percebe-se que as mulheres acabam por possuir um perfil menos ousado do que os homens, ou seja, sentem maior necessidade de se sentirem preparadas para abrir seu empreendimento por possuírem um perfil um pouco mais conservador, conforme é explicado por Machado (1999) de que existem estudos realizados que evidenciam que as mulheres se configuram como conservadoras e são propensas a médio risco.

- Há uma insegurança por parte das entrevistadas no que diz respeito à inovação, elas acreditam que inovar não é uma tarefa simples e exige certo grau de maturidade profissional.

A entrevistada E3 em sua fala demonstra a necessidade de possuir experiências na área, pois segundo ela: “[...] é difícil inovar, você tem que conhecer muito o que vai fazer e ter muita certeza de que aquilo vai ser diferente, então como eu posso ser melhor, o que vai me diferenciar de outros, essa é uma parte difícil. ”

- Há interesse em empreender, no entanto, a tecnologia não é o foco, todas que demonstraram interesse em abrir seu negócio próprio disseram que seu negócio teria um viés social e ambiental, a tecnologia poderia ser o meio para atingir o objetivo da empresa.

De acordo com a entrevistada E6 que participaram da entrevista coletiva:

Minha empresa não ficaria focada na tecnologia, apesar de ser necessária para tudo no nosso dia a dia, como meu projeto é de trabalhar

com sustentabilidade, projetos sociais, esportivos, fazer as pessoas se sentirem bem, então minha resposta é não, não seria o foco.

Nesse sentido, essa é uma das características do comportamento feminino enquanto empreendedoras, uma vez que, olham o todo e não somente o possível lucro do empreendimento. Com relação a isso, Machado (1999) afirma que: “No processo de gestão conduzido por mulheres empreendedoras, há uma tendência para que os objetivos sejam claros e difundidos entre todos na organização, pois almeja-se a satisfação dos interesses de todos envolvidos na empresa. ”

A seguir serão tratadas as principais dificuldades identificadas pelas entrevistadas para se empreender na área de tecnologia.

4.2.3. Dificuldades para empreender

O terceiro objetivo específico determinado neste trabalho diz respeito às dificuldades identificadas pelas entrevistadas no processo de empreender na área de tecnologia.

De acordo com Dornelas (2012), não basta possuir as características e competências de um empreendedor, o processo envolve todo um planejamento que irá definir e identificar tudo que envolve a abertura do novo negócio.

O planejamento através do plano de negócios é a principal ferramenta para o empreendedor, na qual avalia oportunidades, identifica e aloca os recursos necessários para o negócio, planeja as ações que serão tomadas e a partir disso, sua equipe poderá implementar e gerenciar o novo negócio. É importante ressaltar que o empreendedor deve ser capaz de lidar com as incertezas e saber gerenciar os riscos de forma calculada, analisando as oportunidades e consequências do negócio.

Considerando o perfil das entrevistadas já identificado na sessão anterior, pode-se afirmar que elas possuem características como capacidade de lidar com um ambiente incerto e a experiência de trabalho em equipe, por exemplo, que colaboram com as premissas encontradas nos empreendedores de sucesso. No entanto, as entrevistadas listam como um empecilho a dificuldade em inovar, como é falado pela entrevistada E2:

Acho que é difícil inovar, tu tens que conhecer muito o que vai fazer e ter muita certeza de que aquilo vai ser diferente, então como eu posso ser melhor, o que vai me diferenciar de outros, essa é uma parte difícil.

Para tanto, todas concordam que não se sentem confortáveis com as suas experiências anteriores e precisam adquirir mais conhecimento antes de empreender, portanto, nesse sentido elas passam a ser mais conservadoras quando afirmam não querer correr riscos de empreender sem antes se sentirem preparadas.

De uma maneira, é importante para o empreendedor possuir experiências na área, pois sem os seus conhecimentos dificilmente será capaz de abrir e gerenciar um negócio, conforme definido por Dornelas (2012), as principais características dos empreendedores envolvem vasta experiência.

Além disso, o processo de inovação faz parte da abertura de um novo negócio, isso excluindo o modelo de empreendedorismo por necessidade. Conforme o autor: “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.” (DORNELAS, José. 2012, p. 28).

Portanto, inovar se torna uma dificuldade exposta pelas entrevistadas. Além disso, todas que expressaram vontade de empreender e abrir seu próprio negócio afirmaram não ter interesse em empreender na área de tecnologia, mas em outras áreas, especialmente que possuam algum cunho social ou ambiental. Para tanto, a tecnologia seria utilizada como um meio e não o fim do projeto empreendedor.

Considerando as falas das entrevistadas e o relatório GEM 2015 que retrata o empreendedorismo no Brasil diferenciado por gênero, grande parte das empreendedoras mulheres preferem abrir seu negócio em áreas que se relacionam com o “poder do batom”, ou seja, que possuem relação com o “universo feminino”. Já empreendimentos com cunho social e ambiental não aparecem no relatório, portanto, como todas as entrevistadas mencionaram que abririam um negócio próprio que segue essa linha, pode-se dizer que aos poucos as mulheres estão migrando para áreas diferentes do usual, como restaurantes ou lojas, por exemplo.

Portanto, apesar de as entrevistadas afirmarem se sentirem inseguras diante do processo inovador requerido na área de tecnologia, empreender em áreas sociais e ambientais que utilizem como meio a tecnologia são empreendimentos extremamente inovadores, ou seja, acaba sendo uma incoerência por parte das entrevistadas pensarem que empreender nessas áreas não seja inovador.

Nesse sentido, infere-se que as mulheres estão caminhando para um pensamento mais inovador que, futuramente, poderá derrubar a teoria que afirma que as mulheres empreendem apenas em negócios ligados ao “universo feminino”.

Seguindo nas dificuldades encontradas no estudo, enquanto houve o debate, uma das entrevistadas também levantou a questão sobre o machismo que envolve a sociedade e trata as mulheres como inferiores. De acordo com a entrevistada E5:

[...] é aquela velha história, mulher não sabe nada, deve lavar a roupa, a louça, cuidar da casa, aquele machismo, então a mulher sempre vai ter cargo menor, ganhar menos, não é o foco das empresas agora e vai partir da gente ser sempre melhor. Na nossa empresa tem 2 gestoras, mas elas são exceção.

A outra entrevistada E1 complementa quando diz que essa diferença é socialmente construída e, além disso:

Acho que tem muito mais relação, se for pensar na área de tecnologia, com o direcionamento social, o que a sociedade impõe, a gente não vê tanta mulher cursando curso de programação, a maioria é homem na área de engenharia, então você não vai ver tanta mulher lidando com tecnologia, mas é uma coisa que começa bem antes [...]

Ou seja, considerando tudo o que foi abordado na fundamentação teórica acerca do empreendedorismo feminino que carrega nas suas raízes o machismo socialmente construído, não há como negar que esse seja um dos pilares mais representativos na diferença entre homens e mulheres atuantes no mercado de trabalho enquanto colaboradoras e, também, como empreendedoras.

Conforme é retratado nas falas e na literatura, desde sempre houve uma separação de papéis entre homens e mulheres, portanto, a igualdade de gênero nunca foi uma realidade em nenhum lugar do mundo e, devido a isso, ainda hoje vivemos uma realidade que encara a mulher enquanto submissa, o que, implica em uma série de dificuldades enfrentadas pelas mulheres em diversas situações.

No âmbito da tecnologia, existem menos mulheres trabalhando nessa área e isso é uma consequência do número reduzido de mulheres que estudam e se especializam e qualificam para tal, tudo isso devido a uma construção social que dita a tecnologia como uma área tipicamente masculina.

Além disso, outra consequência da desigualdade de gênero são as características que, desde cedo, já são impostas às meninas na infância, portanto, a mulher cresce sendo

insegura, subjetiva e maternal, porque assim lhes foi ensinado. E isso é outra dificuldade quando o assunto é empreender, pois, é um processo que exige características mais agressivas.

Conforme Orser, Elliot e Leck (2011): “[...] estereótipos de feminino, constituídos por traços como emotividade, compreensão, afeto, capacidade de preocupar-se inteiramente com os outros, gentileza, atenção aos sentimentos alheios [...]” acabam por não ser legitimados no universo do empreendedorismo.

Embora, essas características quando complementadas com a qualificação e capacidade visionária do empreendedor sejam requeridas no processo inovador de empreendimentos, uma vez que, se colocadas em prática irão influenciar diretamente na gestão de pessoas envolvidas que estarão motivadas e alinhadas com os objetivos da organização.

Nesse sentido, também é possível perceber que, a partir dos movimentos feministas, as discussões têm se acirrado, as mulheres estão constantemente lutando para mudar esse cenário e garantir, cada vez mais, seus direitos de igualdade. Portanto, em alguns aspectos, já é possível verificar uma mudança representativa, como por exemplo, o aumento expressivo do número de mulheres empreendedoras no Brasil, assim como foi explicado na fundamentação teórica.

Sobre isso, a entrevistada E1 ressalta que: “Tem muito mais homem que mulher nessa área, mas eu não vejo como uma dificuldade para empreender na área de tecnologia. Não vejo a mulher sofrendo esse tipo de preconceito tão direto e descarado.”

A E6 complementa ao dizer: “Eu não vejo uma barreira aqui no centro de inovação para as mulheres, pelo contrário, está bem aberto. No entanto, por ser socialmente construído, não há tantas mulheres como homens nessa área.”

Por fim, é comentado que isso é responsabilidade das mulheres estarem sempre se qualificando e trabalhando em busca de mudanças, pois, só assim poderão se equiparar profissionalmente e aumentar sua presença nesse setor.

Portanto, resume-se as principais dificuldades elencadas pelas entrevistadas, de acordo com a tabela 5.3 a seguir:

Tabela 5.3. Principais dificuldades

Principais dificuldades para empreender na área de tecnologia
Necessidade de possuir experiência na área, ou seja, existe uma insegurança por parte das entrevistadas em empreender sem antes se sentirem preparadas.
Inovar não é um processo simples, exige tempo e experiência.
Machismo socialmente construído, não existem muitas mulheres que trabalhem na área de tecnologia, embora os índices estejam mudando.
Preferência em empreender em outras áreas que utilizem a tecnologia como meio e não como fim do negócio.

Fonte: Dados primários, 2017.

Na seção seguinte serão tratados os Processos de Aprendizagem identificados pela presente pesquisa.

4.2.4. Processos de Aprendizagem

O objetivo geral possui como foco identificar os processos de aprendizagem sob a ótica das mulheres colaboradoras nas empresas que constituem o universo da pesquisa.

Para tanto, primeiramente é importante ressaltar o que é, de fato, aprendizagem, de acordo com Coelho Junior; Borges-Andrade (2008): “Aprendizagem refere-se a um processo pessoal, quem aprende é o indivíduo, gradativo, cumulativo e constante, considerando a premissa fundamental de que há a possibilidade de adquirir conhecimentos o tempo todo.”

Dewey (2000) define a aprendizagem como uma contínua reconstrução e reorganização da experiência que ocorre constantemente em diversas situações a partir do momento em que as pessoas agem e interagem, pensam e refletem seu conhecimento. Nesse sentido, para o autor, a aprendizagem é definida como um processo e não um produto.

Para tanto, é preciso analisar os diferentes processos de aprendizagem, conforme explicitados na fundamentação teórica deste trabalho, que se classificam como formal e informal. Com relação a isso, os autores definem processo formal e informal:

Uma das formas de promover o enriquecimento no cargo e de aumentar as possibilidades de os indivíduos desenvolverem um grau de expertise no exercício de suas atribuições corresponde à sua capacitação contínua. As ações de aprendizagem no trabalho, sejam elas de natureza

formal (induzida), por meio dos programas de treinamento, desenvolvimento e educação (TD&E), ou informal (não sistematizada, espontânea, natural), passaram a ter importância estratégica para as organizações. (COELHO JUNIOR; BORGES-ANDRADE, 2008)

Nesse sentido, entender como o processo de aprendizagem ocorre dentro das organizações modernas, especialmente nas empresas determinadas no universo da pesquisa, traz contribuições importantes para a análise dos resultados.

Para tanto, as questões norteadoras da entrevista buscaram identificar como foi realizado o processo de integração e aprendizagem das colaboradoras entrevistadas. Primeiramente foi discutido acerca dos processos formais de aprendizagem, de acordo com a entrevistada E4:

No primeiro dia, sentei do lado da minha colega que me entregou um código de conduta e um papel que conta a história da empresa, nesses dois materiais, muito bem feitos inclusive, eu pude conhecer a história da empresa, e no código da empresa eu pude entender aonde eu estava e depois o meu gestor me passou um glossário do marketing digital, onde eu pude conhecer termos técnicos que eu não conhecia para eu conseguir me inteirar das conversas.

Na empresa em que as entrevistadas que participaram em grupo trabalham existe a cultura de integração dos funcionários a partir da entrega do código de conduta e de material que explica sobre Marketing Digital, além de cursos que são estimulados e, alguns, até financiados pela própria empresa, deste modo os funcionários podem se desenvolver e trazer um retorno positivo para a empresa. De acordo com a E5:

Eu já conhecia a empresa, cheguei para substituir uma outra moça que estava saindo, ela ficou para me ajudar no que eu fosse precisar, participei de reunião com clientes, demissão de 2 funcionárias, tive total autonomia na avaliação dos profissionais que estavam aqui, o aprendizado foi incrível, não sabia nada de marketing digital e fiz alguns cursos que, inclusive a empresa custeou. A empresa proporciona isso. Não necessariamente a empresa custeia todos, é mais baseado na necessidade, mas também parte dos funcionários participar de cursos e palestras.

Portanto, o aprendizado formal que, conforme Júnior e Mourão (2011) define-se por práticas de aprendizado a partir de treinamentos, mentorias e universidades corporativas, por exemplo, é estimulado pela empresa e, em alguns casos até proporcionados pela própria empresa, além disso, o ambiente em que a empresa está situada também estimula o envolvimento dos funcionários com cursos especializantes e eventos de tecnologia, conforme menciona a entrevistada E6:

O ambiente também proporciona um aprendizado, pelo acesso aos eventos que ocorrem na ACATE, acontecem muitas coisas aqui e temos a oportunidade de participar. Além de a empresa possuir essa abertura de custear e incentivar, a localização contribui muito.

Para tanto, estar situada em uma incubadora como o MIDI permite à todas as empresas ali localizadas um processo de aprendizagem formal intenso, devido ao número de eventos que ocorrem ali, especialmente sobre Tecnologia e Marketing Digital.

No entanto, conforme foi falado pelas colaboradoras, o aprendizado depende muito mais do envolvimento e pró atividade dos próprios funcionários. A empresa disponibiliza o necessário para o desempenho da função e integração na empresa, todo o aprendizado extra depende muito mais dos colaboradores.

Com relação à aprendizagem informal, percebe-se que é muito mais representativa nessas empresas, até porque possuem uma cultura organizacional diferente de outras organizações, ou seja, conforme mencionado anteriormente, a estrutura horizontal, flexível e informal das empresas permite que a aprendizagem também seja, em sua maioria, de forma informal.

Sobre isso, percebe-se que na fala da entrevistada acima que conta sua experiência participando de reuniões, demissões, processos seletivos e autonomia na avaliação dos funcionários, o aprendizado adquirido se deu a partir do processo informal, isso quer dizer que ela aprendeu as principais funções relacionadas ao seu cargo a partir da análise das experiências passadas pela sua antecessora e pela própria experiência vivida ao longo de sua integração na empresa.

É importante ressaltar que o processo formal e o informal são complementares, não necessariamente precisa ser apenas um ou outro, mas, em determinados casos, a aprendizagem se dá mais de uma maneira do que outra.

A entrevistada E3 relata sua experiência e conta que:

Tive uma experiência bem parecida com a da [...], pude conhecer mais sobre a empresa, sobre a cultura, já estava me inteirando um pouco sobre Marketing Digital, mas ainda no primeiro dia foram surgindo muitas dúvidas, mas fui perguntando, tirando minhas dúvidas com alguns colegas e não me senti para trás, o pessoal me acolheu muito bem.

Para tanto, percebe-se que, além da cultura da empresa e do ambiente em que está inserida favorecer a aprendizagem informal, a disposição da sala ser um ambiente único,

ou seja, não existem salas, todos trabalham em um mesmo ambiente, também favorece a interação entre os funcionários, quanto a isso, a entrevistada E6 explica:

A aprendizagem informal é o que mais acontece, a gente conhece muito as pessoas que estão ali dentro, sabemos quem são as pessoas que podem tirar nossas dúvidas em determinados assuntos. A comunicação também é feita pelo Skype, a comunicação é muito forte entre colegas e as pessoas estão sempre dispostas a nos ajudar. É muito legal. O ambiente único favorece. Todo mundo está ali nadando em prol do mesmo time.

No caso da outra empresa participante, a aprendizagem informal também é bastante recorrente, a entrevistada E1 conta:

Fui aprendendo com a equipe e também com uma carga de experiências minhas, mas aqui o aprendizado é muito ativo, você vai praticando e aprende, não fica estudando e depois exerce a função, é bem dinâmico, você vai aprendendo com a prática.

Para tanto, além da aprendizagem informal, a aprendizagem situada também se mostra presente nas empresas estudadas. Conforme a definição de Antonello (2011), significa que os indivíduos são capazes de aprender através da perspectiva social, ou seja, através da observação e interação com outros membros do grupo social. Sendo que a principal característica da aprendizagem situada é analisar o impacto que o contexto social possui no aprendizado.

Antonello (2011) complementa ao dizer que a aprendizagem situada resulta a partir da observação na prática e posterior ação, ou seja, a partir do momento em que as colaboradoras são inseridas no contexto de trabalho da empresa para observar e analisar os outros colaboradores agindo diante de determinada situação a fim de aprender, a aprendizagem passa a ser situada.

Portanto, de acordo com as falas de todas as entrevistadas é possível identificar práticas de aprendizagem situada em todas as organizações estudadas, portanto, todas entendem que aprender por meio da observação e da prática são ferramentas que garantem um aprendizado mais rápido e garantido do que somente a aprendizagem formal.

Com relação a costumes informais de aprendizado por meio de reuniões informais, como *coffe breaks* e/ou *happy hours*, as empresas possuem culturas diferentes de colocar essas práticas no cotidiano dos funcionários, como por exemplo, uma das empresas possui uma pausa semanal, conforme explica a entrevistada E1:

Toda semana a gente faz o *sexy coffe* que é uma pausa para o café, que a gente chama todos os *coworkers* e todo mundo para trocar ideia, conversar. A gente faz reuniões esporádicas, também, jantares, festas. A gente já fez também um evento com show de *standup* de comédia, bem legal. Então acho que sim, fazemos muitas reuniões informais.

Já a outra organização estudada possui uma cultura um pouco mais fechada e segregada com relação às reuniões informais fora do trabalho, quanto a isso a entrevistada E3 discorre:

As reuniões informais ocorrem esporadicamente, há uma separação entre os homens e mulheres, até pelo perfil dos profissionais que “não se misturam”. Mas as reuniões são bastante esporádicas. Esses encontros normalmente os assuntos falados não são sobre a empresa, são outros assuntos.

A entrevistada E2 complementa a fala acima:

As vezes acontece de falar sobre a empresa, sempre as conversas têm a agregar, traz um aprendizado, alguém sempre pensa algo diferente da gente, é só a gente estar disposto a ouvir. Toda conversa tem uma moedinha para colocar na caixinha. As vezes no ônibus ocorre alguma troca, mas nós tentamos separar os assuntos de trabalho.

Para tanto, diferente da outra empresa, não existe tanto uma cultura de reuniões informais fora do trabalho, as que ocorrem acabam sendo “incidentais”, como por exemplo a integração que pode ocorrer na saída do trabalho no ônibus, embora, como falado, sempre é possível aprender em uma situação como essa.

No entanto, o que chama a atenção na fala de uma das colaboradoras é a segregação que há entre os homens e as mulheres, considerando que todos trabalham no mesmo ambiente, é possível inferir que, ainda assim, há uma separação de gêneros.

Outro ponto que foi levantado é que evitar falar sobre trabalho nas reuniões que ocorrem é proposital, uma vez que, elas preferem não se preocupar com o trabalho fora do horário para que não haja tanto desgaste. Quanto a isso, existem diversas críticas provenientes dessa cultura de organizações flexíveis, especialmente, pois, os funcionários acabam trabalhando muito mais tempo do que o necessário, principalmente se possuem instrumentos pessoais de trabalho, como celulares e *notebooks*, a pessoa acaba ficando em sintonia com o trabalho o tempo todo. Portanto, possuir esse autocontrole também acaba sendo positivo para as pessoas, pois assim evitam possíveis desgastes proporcionados pelo estresse de trabalhar em excesso.

Claro que isso faz parte da cultura organizacional de cada empresa, mas, uma coisa é fato, as empresas modernas que adotam essa cultura flexível são orientadas por resultado, isso quer dizer que, o funcionário é cobrado de atingir sua meta, não importando muito para a empresa quanto tempo ele despende trabalhando, acaba sendo uma consequência do novo modelo de gestão.

Portanto, é possível verificar que os processos de aprendizagem formal existem e são bastante incentivados, no entanto, as práticas informais e situadas de aprendizagem são muito mais representativas no cotidiano dos funcionários. O mecanismo de trabalho se baseia em aprender por meio da prática e o ambiente em que estão inseridas as empresas preza pela inovação e criatividade, que são competências que, em conjunto são mais simples de serem desenvolvidas.

Na próxima sessão serão apresentadas as considerações finais desta pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a importância que o empreendedorismo tem para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e como esse movimento tem crescido nos últimos anos, a presente pesquisa trouxe a discussão sobre o empreendedorismo feminino na área de tecnologia, buscando identificar as principais motivações, dificuldades e processos de aprendizagem a partir dos dados coletados.

Dentro do empreendedorismo, foi constatado que a participação feminina, mesmo que crescente, ainda é menor do que os homens, ou seja, a maioria dos empreendedores brasileiros ainda é o público masculino representando 55.7% contra 44,3% de mulheres de acordo com o GEM 2015. Especialmente na área de tecnologia, as mulheres ainda representam a minoria, o que motivou a análise sobre o empreendedorismo feminino na área tecnológica.

Ao longo do trabalho, foi feita uma pesquisa bibliográfica aprofundada que buscou compreender o conceito de empreendedorismo e como se dá o processo empreendedor, além das principais características definidas pelos autores para ser um empreendedor de sucesso. Além disso, foi feita uma busca em bases nacionais e internacionais sobre o empreendedorismo feminino, seu conceito e características femininas que poderiam ser relacionadas com as características elencadas para um empreendedor de sucesso.

Sobre o empreendedorismo feminino foram encontradas poucas publicações, sendo que, a maioria, trata sobre a discussão de gêneros, sendo assim, a discussão sobre as mulheres empreendedoras na área de tecnologia ainda é escassa, o que implica dizer que é um campo importante a ser discutido e estudado.

Em seguida, foi abordado sobre o conceito de aprendizagem e os processos de aprendizagem formais e informais, situada e acidental. Como forma de embasar a análise a ser realizada sobre os processos de aprendizagem sob a ótica de mulheres colaboradoras em empresas de tecnologia, elencado como o objetivo geral desta pesquisa.

Posteriormente, foi tratado sobre o conceito de incubadoras tecnológicas, quais são os benefícios que as incubadoras oferecem às empresas que estão se estruturando e como funciona o processo de incubação. Entender esses conceitos foi importante, uma vez que o universo desta pesquisa eram as empresas de tecnologia incubadas no MIDI na

ACATE, uma administradora do Midi Tecnológico que é uma das maiores incubadoras em Florianópolis.

Caracterizada como pesquisa descritiva, foi feito o estudo de caso com uma análise qualitativa, a partir de uma entrevista semiestruturada com a amostra selecionada por acessibilidade. Nesta pesquisa participaram seis mulheres colaboradoras de três empresas de tecnologia localizadas na ACATE.

A partir das entrevistas realizadas em grupo e individualmente, foram coletados os dados a fim de responder os objetivos específicos e geral delineados na introdução deste trabalho.

A fim de responder o primeiro objetivo que diz respeito à trajetória e perfil das entrevistadas, foi analisado que todas as entrevistadas possuem entre 25 e 35 anos, para tanto, encerraram seus estudos recentemente, além disso, todas elas possuem graduação ou curso técnico em cursos que não sejam relacionados à tecnologia, como, por exemplo, fisioterapia e jornalismo. Ou seja, a migração para a área de tecnologia em busca de melhores oportunidades de crescimento tem aumentado consideravelmente.

Outro ponto revelado nas entrevistas é que a minoria já havia trabalhado em empresa de tecnologia anteriormente, nesse sentido, são poucas que já possuíam experiências anteriores. No entanto, a busca por trabalhar em empresa de tecnologia é maior devido às características inovadoras, criativas e flexíveis do setor, além de grande possibilidade de crescimento e qualificação para os funcionários da área. Isso se torna um grande atrativo para trabalhar na área.

O segundo objetivo específico buscou identificar as principais motivações elencadas pelas mulheres entrevistadas para se empreender em tecnologia. Os principais resultados encontrados dizem respeito, especialmente, ao crescimento da área que oferece aos funcionários rápido crescimento e desenvolvimento profissional, além de ser um setor que engloba diversas áreas, portanto, existem inúmeras possibilidades para empreender. Outra motivação levantada diz respeito a ser um ambiente que explora e incentiva a criatividade, dinamismo e autonomia, sendo que o trabalho em equipe também é bastante motivado, até pelo ambiente permitir bastante interação entre os funcionários.

Além disso, a rotina é menos engessada, os colaboradores trabalham em um ambiente criativo e inovador que explora essas competências em cada um, fazendo com

que o trabalho seja menos repetitivo, dando poder ao funcionário de decisão e, conseqüentemente, bastante motivação.

Com relação ao terceiro objetivo específico que visava identificar as principais dificuldades elencadas pelas entrevistadas, os resultados encontrados podem ser divididos em quatro tópicos que resumem o que foi discutido.

Primeiramente é ressaltado pelas entrevistadas que, para empreender, é necessário possuir experiências anteriores na área e bastante conhecimento, para tanto, há uma insegurança por parte das entrevistadas em empreender sem antes se sentirem preparadas. Outro ponto levantado foi a dificuldade em inovar, para elas, inovar é um processo muito complicado e exige, também, muita experiência, criatividade e tempo.

Além disso, outra dificuldade levantada diz respeito ao machismo socialmente construído, o que foi ressaltado é que não existem muitas mulheres atuantes nessa área, pois a sociedade machista, desde sempre, dita que as mulheres possuem funções diferentes dos homens. Para tanto, a tecnologia e o empreendedorismo passam a ser “tipicamente masculinos”, portanto, existem menos mulheres atuando nessa área. Até porque, as mulheres também são a minoria em cursos especializantes relacionados à tecnologia, como as Engenharias, por exemplo.

Nesse sentido, foi verificado que todas que já pensaram em empreender possuem a ideia de abrir seu negócio próprio com a finalidade de possuir algum impacto social e/ou ambiental, para tanto, a tecnologia passa a ser somente um meio para atingir a finalidade do negócio, mas não é tanto o foco. Portanto existe um interesse muito maior pelas mulheres entrevistadas em empreender no terceiro setor.

Por fim, foi respondido o objetivo geral da pesquisa que buscava identificar os processos de aprendizagem sob a ótica das mulheres entrevistadas, ou seja, como os processos de aprendizagem são tratados dentro das organizações estudadas.

Como principal resultado, foi identificado que existem maneiras de aprendizagem formal que são bastante incentivados pelas empresas, sendo que, elas fornecem um material inicial, como código de ética e um glossário de marketing digital, como no caso que uma das entrevistadas relatou. É possível verificar que, tanto o ambiente da ACATE, quanto as empresas incentivam o aprendizado por meio de cursos e participação de eventos de tecnologia.

Embora os processos formais existam, os processos informais e situados se mostram muito mais presentes no processo de aprendizagem dessas organizações, conforme relatado pelas entrevistadas. Sendo assim, o aprendizado passa a ser muito mais dinâmico e adquirido na prática, se aprende fazendo e observando os mais experientes fazendo também, portanto, as aprendizagens informal e situada são bastante representativas.

Portanto, os objetivos previamente estipulados foram respondidos e trouxeram dados interessantes para a pesquisa. De um modo geral, esse tema é bastante recente, sendo que ainda existem poucas discussões sobre isso.

No entanto, é uma realidade vivida por todas as mulheres ainda hoje, nesse sentido, estudar os motivos pelos quais as mulheres não estão atuando enquanto empreendedoras na área de tecnologia, que é uma área de tanto crescimento e importância no desenvolvimento econômico do país, pode ajudar a entender melhor porque isso ocorre e como podemos mudar esse cenário de modo que as mulheres garantam, cada vez mais, seu espaço em diversas áreas.

Pessoalmente, esse trabalho trouxe bastante crescimento, uma vez que, abriu portas para um aprendizado e uma experiência que, só com a graduação, não foi possível acontecer. Portanto, acredito que os estudos sobre isso devem continuar e assim, cada vez mais, entenderemos e poderemos mudar a situação da mulher na sociedade.

Como sugestão de temas para futuros estudos, deixo:

- 1- Principais características de empreendedoras mulheres: teoria *versus* prática.
- 2- A influência dos cursos de graduação da área de tecnologia no empreendedorismo feminino nessa área.

REFERÊNCIAS

- AHL, H. The scientific reproduction of gender inequality: a discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship. Copenhagen: Copenhagen Business School, 2004.
- ANÍBAL, Alexandra Cabeçadas Arsénio Nunes et al. Aprender com a vida: Aquisição de competências de literacia em contextos informais. 2014.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.
- BEST, Kathinka et al. The gender dimension in knowledge and technology transfer—the German case. European Journal of Innovation Management, v. 19, n. 1, p. 2-25, 2016.
- BRUIN, A; BRUSH, C. G.; WELTER, F. Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship theory and practice, Malden, v. 3, n 31, p323-339. 2007.
- BRUNI, Attila; GHERARDI, Silvia; POGGIO, Barbara. Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. Gender, Work & Organization, v. 11, n. 4, p. 406-429, 2004.
- CASSOL, Neidi Krewer; SILVEIRA, Amelia; HOELTGEBBAUM, Marianne. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for scientific information (ISI), 1997-2006. ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, v. 31, 2007.
- COELHO JUNIOR, FRANCISCO ANTONIO; MOURÃO, Luciana. Suporte à aprendizagem informal no trabalho: uma proposta de articulação conceitual. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 12, n. 6, 2011.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- _____. Plano de negócios: seu guia definitivo. 3. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- DUARTE, Rosália. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. Cadernos de pesquisa, v. 115, n. 1, p. 139-54, 2002.
- ENDEAVOR BRASIL. Índice de Cidades Empreendedoras (ICE). 2014. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/como-as-cidades-podem-ajudar-os-empresarios/>>. Acesso em: 17 de maio de 2017.
- Estudo de impacto econômico: segmento de incubadoras de empresas do Brasil / Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. – Brasília, DF: ANPROTEC: SEBRAE, 2016. 26 p.: il. graf.
- FLACH, Leonardo; ANTONELLO, Claudia Simone. A Teoria sobre Aprendizagem Informal e suas implicações nas organizações. GESTÃO. Org-Revista Eletrônica de Gestão Organizacional-ISSN: 1679-1827, v. 8, n. 2, 2010.
- GARCÍA, María-Cristina Díaz; WELTER, Friederike. Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives. International Small Business Journal, v. 31, n. 4, p. 384-404, 2013.

Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil : 2015 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco ; autores : Mariano de Matos Macedo... [et al] -- Curitiba: IBQP. ISBN 978-85-87446-21-3

GONZALEZ, Rodrigo Valio Dominguez; MARTINS, Manoel Fernando; TOLEDO, José Carlos de. Gestão do conhecimento em uma estrutura organizacional em rede. *Ci. Inf.*, Brasília , v. 38, n. 1, p. 57-73, Apr. 2009 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652009000100004&lng=en&nrm=iso>. access on 29 Apr. 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652009000100004>.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, Eva G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. *Encontro de Gestão Estratégica de Pequenas Empresas*, v. 3, 2003.

LAVE, Jean; WENGER, Etienne. *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. New York: Cambridge University Press, 1991.

LUZ, Claudio. *Leitura, Análise, Interpretação e Síntese Textual*. 2002. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/entretenimento/leitura-analise-interpretacao-e-sintese-textual-leitura/25175/>> Acesso em: 20 de Outubro de 2017.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier. O que é empreendedorismo feminino? In: TEIXEIRA, Juliana Cristina. *Gênero e Trabalho*. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2016. p. 189-211.

MACHADO, Hilka Vier. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. *Anais do*, v. 23, 1999.

MARLOW, Susan; MCADAM, Maura. Incubation or induction? Gendered identity work in the context of technology business incubation. *Entrepreneurship theory and practice*, v. 39, n. 4, p. 791-816, 2015.

MAROTTI, Juliana et al. Amostragem em pesquisa clínica: tamanho da amostra. *Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo*, v. 20, n. 2, p. 186-194, 2008.

MARTIN, Lynn et al. An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, v. 21, n. 4, p. 539-556, 2015.

MIGUEL, L. O feminismo e a política. In.- MIGUEL, L. BIROLI, F. *Feminismo e política- uma introdução*. São Paulo- Boitempo, 2014, p.17-29.

ORSER, B.J.; ELLIOT, C. E.; LECK J. Feminist attributes and entrepreneurial identity. *Gender in Management: an international journal*, Bingley, v. 26, n. 8, p. 561-589, 2011.

PEDRO, J. Traduzindo o debate- o uso da categoria gênero na pesquisa histórica. *História*, 24(1). São Paulo, 2005, p.77-98.

PINTO, Céli. Feminismo, história e poder. *Rev.Sociol. Polit.* v.18, n.36, p.15-23, jun, 2010.

SCOTT, J. Gênero- uma categoria útil para a análise histórica. *Educação & Realidade*. v. 20, n. 2, p.71-99, 1995

SILVA, Maurício Corrêa da et al. Procedimentos metodológicos para a elaboração de projetos de pesquisa relacionados a dissertações de mestrado em Ciências Contábeis. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 15, n. 36, p. 97-104, 2004.

STAINSACK, Cristiane. Estruturação, organização e gestão de incubadoras tecnológicas. Unpublished master dissertation. Curitiba: Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná, 2003.

SWEIDA, Gloria L.; REICHARD, Rebecca J. Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v. 20, n. 2, p. 296-313, 2013.

TORNATZKY, L. G. et al. *The Art And Graft Of Technology Business Incubation: Best Practices; Strategies And Tools From More Than 50 programs*. Ohio: NBIA, 1996.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira; TEODOSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?. *Rev. adm. contemp.*, Curitiba , v. 15, n. 4, p. 631-649, Aug. 2011 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552011000400005&lng=en&nrm=iso>. access on 20 Mar. 2017.
<http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000400005>

YIN, Robert K. - Case Study Research - Design and Methods. Sage Publications Inc., USA, 1989.

APÊNDICE A

Questionário das entrevistas

1. Sobre as motivações:
 - 1.1. Já trabalhou anteriormente em empresas de tecnologia?
 - 1.2. O que te fez escolher a empresa atual?
 - 1.3. O que você mais gosta no trabalho em empresas de tecnologia? O que te atrai?
 - 1.4. Se você tivesse a oportunidade, empreenderia em uma empresa de tecnologia?
2. Sobre as dificuldades:
 - 2.1. Já pensou em empreender?
 - 2.2. Em qual área?
 - 2.3. Quais as principais dificuldades que você acredita que as mulheres possuem para empreender na área de tecnologia?
3. Sobre os processos de aprendizagem:
 - 3.1. Você aprendeu com seus colegas ou superiores?
 - 3.2. Aprendeu durante conversas informais durante a execução da sua função?
 - 3.3. Com que frequência isso ocorre?
 - 3.4. Na sua empresa, essa socialização de experiências é estimulada?
 - 3.5. Faz parte da cultura da sua empresa reuniões informais, como *happy hour* ou *coffe breaks*?
 - 3.6. São frequentes?
 - 3.7. Como você aprendeu as suas atividades?
 - 3.8. Houve algum treinamento e/ou manual disponibilizado? Quais são as ferramentas formais de aprendizado?