

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA-UFU
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

GRACIELE DEZIDÉRIO DA SILVA

MULHERES EMPEENEDORAS EM UBERLÂNDIA/MG: O MOVIMENTO
UBERHUB MULHER

UBERLÂNDIA

2020

GRACIELE DEZIDÉRIO DA SILVA

**MULHERES EMPEENEDORAS EM UBERLÂNDIA/MG: O MOVIMENTO
UBERHUB MULHER**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para a obtenção do
título de Bacharel no Curso de Graduação em
ADMINISTRAÇÃO da Universidade Federal
de Uberlândia (MG)

UBERLÂNDIA

2020

GRACIELE DEZIÉRIO DA SILVA

**MULHERES EMPEENEDORAS EM UBERLÂNDIA/MG: O MOVIMENTO
UBERHUB MULHER**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel no Curso de Graduação em ADMINISTRAÇÃO da Universidade Federal de Uberlândia (MG) pela banca examinadora formada por:

Uberlândia, 02 /12 / 2020

Prof. Dra. Janaina Maria Bueno, UFU/MG

Prof. Dra. Jacqueline Florindo Borges

Prof. Dr. Janduhy Camilo Passos

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a inserção feminina no empreendedorismo de base tecnológica por meio das ações realizadas e dos resultados obtidos do movimento UBERHUB MULHER da cidade de Uberlândia/MG, conforme a pesquisa documental realizada. A análise da opinião de mulheres envolvidas com o movimento foi de forma qualitativa, em que as entrevistas realizadas foram transcritas. Os resultados mostram que as mulheres lidam com uma diversidade de dificuldades ao tentar empreender. Os dados encontrados apontam problemas que permeiam do financiamento à competição no mercado, busca de autonomia, motivação das mulheres ao empreender e demais dificuldades. No entanto, foram relatadas situações de discriminação de gênero, além do desafio em encontrar o equilíbrio entre a multiplicidade de papéis da mulher e o empreendedorismo. Os dados da pesquisa mostram que o movimento UBERHUB MULHER trouxe incentivo, desenvolvimento e mudança na trajetória do empreendedorismo feminino e de todos os envolvidos no movimento. Conclui que há um crescente número de mulheres no empreendedorismo feminino e engajadas em atividades na área da tecnologia.

Palavras - chave: Empreendedorismo feminino; barreiras e desafios; mulheres na tecnologia.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.	5
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.	8
2.2 As Barreiras e Desafios para as Mulheres Empreendedoras	10
2.3 As Mulheres e o Empreendedorismo de Base Tecnológica.	15
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	17
4.2 Projeto UBERHUB MULHER.	18
4.2.1 Como Surgiu o Projeto UBERHUB MULHER	19
4.2.2 Trajetória do Projeto UBERHUB MULHER	20
4.2.3 As Ações Realizadas no Projeto UBERHUB MULHER	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	27
APÊNDICES	29

1 INTRODUÇÃO

A cada ano cresce o número de mulheres á procura de empreender, e a conquista novos papéis na sociedade que caminham rumo ao protagonismo em diversos mercados de atuação (GEM, 2017). Conforme o levantamento feito pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017), no ano de 2016, as mulheres chegaram ao patamar de 51,5% da Taxa Total de Empreendedores iniciais, números que mostram o grande fortalecimento no país, do empreendedorismo feminino.

O empreendedorismo proporcionou um importante crescimento de novos negócios, bens, serviços, empregos, desenvolvimento econômico e nas mudanças sociais (BULLOUGH; RENKO, 2013; HEILBRUNN; ABU-ASBEH; NASRA, 2013).

Conforme o relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2010), mostra que mulheres empreendedoras encontram dificuldades na criação e/ou crescimento dos negócios associados ao gênero, tais como: baixa formação e pouca experiência em área gerencial, falta do apoio da família, falta de tempo (principalmente quando os filhos são pequenos) e falta de recursos financeiros e crédito, sobretudo dos bancos que privilegiam empresas criadas e dirigidas por homens. Embora o empreendedorismo tenha alçado 24 milhões de brasileiras até 2018, segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM,2018), respondendo por 34% entre donos de negócio na média nacional, as mulheres ainda enfrentam desafios que seguem para além do mercado de trabalho. O relatório GEM (2013) identificou que os maiores desafios é a falta de representatividade na esfera política a diferença salarial e de renda média, que correspondem a 58% da renda dos homens.

O conceito de empreendedorismo feminino é sobre negócios criados e geridos por mulheres e, a partir deste conceito, são discutidas questões acerca da atuação dessas mulheres na geração de empregos, expansão da economia e nas oportunidades para realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro, tornando-as cada vez mais importante no cenário econômico e contribuindo para o rompimento de inúmeras barreiras sociais. Mesmo com os impedimentos enfrentados por essas mulheres, a pesquisa realizada pelo instituto norte-americano (GEDI, 2019), mostra que o número de mulheres empreendedoras que desejam crescer é de 50 %, em uma escala global. As mulheres empreendedoras sempre existiram. No entanto, hoje seu trabalho está mais em evidência. O que lhes confere maio reconhecimento nos diferentes ramos de atividade. Todas com muita motivação, coragem e disposição para empreender, apesar das barreiras sociais e econômicas.

O aumento da presença feminina no mercado de trabalho tem contribuído com algumas transformações culturais como, por exemplo, a queda na taxa de fecundidade e o maior nível de escolaridade. Constatou que o empreendedorismo é visto como uma das formas de empoderamento feminino (Leone, 2015). É um instrumento de transformação social e vai além da questão empresarial. Faz parte das ações para dar visibilidade e chamar a atenção para causas pertinentes às mulheres, como a igualdade salarial e a inclusão no mercado de trabalho.

Especificamente falando sobre empresas de base tecnológica, para Costa (2006), a ausência das mulheres diz respeito à predominância de uma ideologia que sustenta a objetividade, a neutralidade e a racionalidade da tecnologia e a existência de poucas mulheres para escrever sobre a relação gênero e tecnologia. Conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio do IBGE (2018), só 20% dos profissionais que atuam no mercado tecnológico são mulheres. A presença masculina ainda é majoritária na área de tecnologia no Brasil e no resto do mundo, no entanto, esta é uma realidade que vem sendo modificada ao longo dos anos (GEM, 2018). As mulheres têm habilidades que podem agregar mais valor aos negócios, como sensibilidade, visão sistêmica e capacidade de lidar com vários problemas ao mesmo tempo. Em que é ressaltado que as habilidades femininas e masculinas devem se complementar no ambiente de inovação, conforme o estudo CEO Gender Gap Analysis of the S&P Euro 350 and S&P 500, realizado pela S&P Global Market Intelligence (2018).

Diante deste contexto, o objetivo deste trabalho foi analisar o empreendedorismo feminino de base tecnológica por meio das ações e dos resultados do movimento UBERHUB MULHER da cidade de Uberlândia/MG. Assim, buscou-se identificar quais ações foram realizadas e os resultados obtidos no processo de inserção de mulheres empreendedoras na cidade. O movimento UBERHUB MULHER foi criado com soma de todas as iniciativas, grupos e pessoas, para oferecer orientação gratuita para o público feminino e tem realizado algumas atividades como consultorias, treinamentos e palestras. Assim, entende-se ser necessário e relevante apresentar e discutir no ambiente acadêmico uma iniciativa local.

Desta forma, a contribuição deste trabalho está na participação das mulheres empreendedoras na área da tecnologia e ações implantadas para ampliar as oportunidades e garantir que elas tenham visibilidade para a superação dos obstáculos e desafios. O empreendedorismo feminino é uma importante iniciativa para ampliação do espaço e visibilidade das mulheres e contribuição para o rompimento de várias barreiras sociais impregnadas na sociedade.

A contribuição teórica deste estudo está fundada na constatação do desafio e limitações do papel da mulher empreendedora no mercado tecnológico, e fatores que contribuem para a pouca participação feminina neste setor.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Empreendedorismo Feminino

Para Schumpeter (1997), empreender envolve realizar coisas novas, empregando o talento a fim de tirar proveito das oportunidades. A percepção de oportunidades estimula a maioria dos negócios e leva pessoas a optarem por estabelecer a própria empresa. Disponibilidade de tempo e insatisfação em seu emprego também contribui para a vontade de empreender. Na medida em que o autor enfatiza a dimensão do conflito entre o empreendedor e as instituições, ele opera uma espécie de deslocamento analítico no campo institucional do empreendedor "produzido" pelas ou "fruto" das instituições, para o empreendedor que age, resiste e luta contra elas (sem o que não se viabiliza a inovação). Como resultado desse processo, o empreendedor pioneiro é aquele que supera obstáculos e resistências para impor novos padrões de combinação dos meios de produção. Destruição de velhos padrões gera desequilíbrio entre as instituições econômicas, assim como pressões para novos padrões de conformidade - até atingir o ponto de uma nova situação de equilíbrio, (Schumpeter , 1997),

É importante, no entanto ressaltar que a participação da mulher na história da sociedade se deu de forma relativamente crescente, a começar pelo fato de que só adquiriram o direito ao voto em 1917. Conforme Ribeiro (2008), a entrada da mulher no mercado de trabalho foi tardia e se constituiu em um espaço de lutas que se configuram até os dias atuais. A participação de mulheres no empreendedorismo tem aumentado não apenas no Brasil. Langowitz e Minniti (2007) investigaram os fatores determinantes da propensão das mulheres para iniciar as suas próprias empresas e verificaram a variação destes fatores em relação a países e gênero ao redor do mundo. De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2007), demonstra que as mulheres são responsáveis, por 38% do total de empresas nos países pesquisados. E ano a ano, a mulher vem ampliando sua participação na criação de novas empresas. Dados de um estudo do GEM de 2007, referente a 2006 informava que no ranking mundial, as mulheres brasileiras estão à frente com 15,4% dos empreendimentos contra 12,6% de homens. As mulheres brasileiras estão entre as mais empreendedoras do mundo, ocupando o 7º lugar, conforme esta pesquisa.

Dados divulgados pelo (SEBRAE, 2019) apontam em que 2017e 2018, as mulheres são maioria nos setores de comércio (52,95%), indústria (65,20%) e serviços (55%). Quando a

pesquisa analisa apenas o perfil de mulheres empreendedoras, percebe-se que quase metade delas investe no segmento de serviços 43,9%, na indústria 36,42%, na construção civil 1,34% e apenas 0,15% na agropecuária. As análises feitas pelo (SEBRAE, 2019) mostram que as mulheres representam 48% dos microempreendedores individuais (MEI) e atuam principalmente em atividades de beleza, moda e alimentação. Quanto ao local de funcionamento do negócio, 55,4% do micro empreendimentos individuais estão situados em casa. O percentual de mulheres na condição de cônjuge, quando a principal renda familiar provém do marido, caiu de 49% para 41% nos últimos anos. Muito mais do que apenas empreender, as mulheres contribuem para um ambiente empreendedor mais capacitado, preocupam-se mais com a educação de suas famílias, trazem impacto positivo para a economia local, proporcionando o crescimento individual e coletivo, além de contribuir para a inovação nos formatos de negócios e para o desenvolvimento dos países, explica Célio Cabral Sousa Júnior, gerente nacional de Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade do SEBRAE.

O Consórcio internacional GEM (2016), publicou um estudo referente dados de 2015, que mostram que as mulheres foram responsáveis por 51,5% dos novos negócios criados no país. Já nos percentuais de empresas estabelecidas, os homens têm um histórico de supremacia, representando 57,3% do total. Mesmo com todo o progresso observado ao longo dos tempos no que diz respeito ao empreendedorismo feminino, o cenário atual mostra que ainda há muitos avanços a serem feitos. É interessante notar que apesar de as mulheres representarem um percentual total de empreendedora muito similar com o dos homens e serem responsáveis pela maior parcela de abertura de novos negócios (21%), elas ainda encontram dificuldades para se estabelecerem no mercado. Quando se trata de empreendedores estabelecidos, a diferença por gênero corresponde a 5% entre homens (19%) e mulheres (14%). Esse comportamento pode ser consequência de um ambiente ainda desfavorável para mulheres empreenderem, o que pode afetar a saúde e a continuidade dos negócios, conforme apontam os estudos do GEM (2017).

A inserção feminina no mercado de trabalho e conseqüentemente o incremento do número de empreendedoras nas duas últimas décadas motivou o interesse de pesquisas sobre o exercício do papel empreendedor por mulheres (OECD, 2000). É crescente o número de empresas que mulheres têm criado. Assim, as empresárias contribuem para o desenvolvimento econômico e importante fonte e emprego. Segundo os estudos, entre homens e mulheres, existem os mesmos motivos para criação uma empresa, tais como: desejo de realização e independência. Outra razão para mulheres abrirem empresas é a necessidade de

um horário de trabalho flexível. Deste modo, ao criar a própria empresa, elas têm como expectativa conciliar trabalho e família.

Segundo Gomes (2004), o empreendedorismo feminino não reflete apenas o ingresso da mulher no mercado empreendedor, mas sim em uma alteração social de grandes proporções, que resulta em transformações nas relações familiares e nas demandas por serviços públicos. Para o autor, as mulheres que lidam com mudanças em suas relações pessoais, profissionais, financeiras e familiares. Trata-se também de coragem, porque não é fácil se envolver em um negócio próprio quando se tem que demandar de si mesmo mais recursos de tempo e energia que conflitam com obrigações diárias, ainda absorvidas em grande parte pelas mulheres, como a maternidade, atividades domésticas (elas gastam 73% de horas semanais a mais em cuidar de pessoas e em afazeres domésticos do que os homens, segundo estudo do (IBGE,2017), entre outros fatores fortalecidos por estruturas socioculturais.

Alguns motivos específicos comumente apontados para mulheres se lançarem ao empreendedorismo são a vontade de ter uma renda maior do que a condição de empregado possibilita, o desejo de sair da rotina e levar as próprias ideias adiante, o desejo de ser o próprio patrão e não ter de dar satisfação a ninguém sobre seus atos, a necessidade de provar a si própria e aos outros de que é capaz de realizar um empreendimento, o desejo de desenvolver algo que traga benefícios não só para si, mas para toda sociedade, segundo Cavalcanti (2007).

2.2 As Barreiras e Desafios para as Mulheres Empreendedoras

A participação das mulheres no mercado de trabalho tem aumentado consideravelmente nos últimos anos. A conquista de direitos, as mudanças que ocorreram no mercado nas últimas décadas e a própria reorganização da estrutura familiar têm contribuído para este fenômeno.

O estudo de Schwartz (1976) foi centrado em dificuldades enfrentadas por mulheres, como problemas na concessão de crédito e discriminação quanto à lucratividade de seus negócios. As mulheres também são deixadas de fora das redes de financiamento, que são predominantemente masculinas e em geral operam por meio de referências de amigos. Elas tendem a investir seu próprio dinheiro ao invés de capital de fora em seus negócios e, quando procuram investidores, pedem quantias menores. As mulheres geralmente têm mais aversão

ao risco do que os homens. Faz com que elas invistam melhor no longo prazo, segundo estudos. E também desencoraja algumas a apostar no empreendedorismo e a tentar construir negócios que cresçam. Em alguns casos, isso pode ser uma decisão sábia de investimento, considerando que cerca de metade dos novos negócios acabam em cinco anos.

Watson (2003) apresentou que empresas comandadas por mulheres, normalmente têm resultados menores que as comandadas por homens em vários aspectos, tais como: taxas de receitas, lucro, crescimento e falência. Enquanto as taxas de falência das empresas lideradas por mulheres são mais elevadas em relação com as empresas lideradas por homens.

Uma determinante para dificuldade do crescimento do empreendedorismo feminino e que é também resultante dos fatores acima citados é o medo enfrentado pelas empreendedoras. De acordo com Cacciotti e Hayton (2015), o medo é uma emoção que pode estar presente em todos os momentos do processo de empreender, seja com empreendedores iniciantes ou com empreendedores experientes. Durante a trajetória empreendedora, os autores analisaram os medos enfrentados pelo sexo feminino, mesmo em negócios consolidados, e em fase atual. Os resultados mostraram que esses medos estão relacionados a aspectos financeiros, estabilidade econômica dos pais e a falência, esses medos vão mudando conforme a maturidade da mulher empreendedora. Apesar de o medo ter se tornado um fator pouco abordado sobre a mulher empreendedora, é um elemento relevante e de influência negativa sobre a mulher empreendedora.

Segundo Cacciotti e Hayton (2015), o medo da falência e do fracasso são os mais presentes na literatura sobre empreendedorismo, seguidos do medo de iniciar um novo empreendimento. Os autores também falam sobre os medos que se desenvolvem ao longo da trajetória empreendedora em momentos de crise econômica, social, política, de instabilidade financeira ou política, e medo de atuar no setor. Para eles, o medo é uma parte integrante da jornada empreendedora e precisa ser tratado com mais realismo.

Em pesquisas já realizadas são abordadas as principais barreiras que as mulheres enfrentam ao se tornarem empreendedora, sendo uma delas, a jornada múltipla de trabalho que acarreta numa sobrecarga física e psicológica, conciliando família, empresa e estudos, ressaltando que as tarefas são assumidas e realizadas sem que a qualidade seja afetada. Outro desafio é limitação de crédito enfrentada por muitos empreendedores, principalmente, pelos que estão iniciando no mundo dos negócios. Mas, para as mulheres, a limitação de crédito é ainda maior. Motivadas por questões principalmente sexistas, as linhas de crédito financeiro para as empreendedoras são menores e mais caras do que para os homens (GOMES;

SANTANA, 2009). Dados divulgados pelo SEBRAE em (2017), mostram que menos de 10% das empresas lideradas por mulheres recebe investimento externo. Estimativas demonstraram que, se essas mesmas organizações obtivessem uma ajuda financeira igual as dos negócios dirigidos por homens, seis milhões de empregos seriam gerados em apenas cinco anos.

Além da questão do preconceito - um dos principais desafios que as mulheres enfrentam - há também, questões como a autoconfiança, o medo e a falta de incentivo e preparo profissional. Para transpor essas barreiras, as mulheres buscam aliar aspectos comportamentais e técnicos, para estarem cada vez mais seguras e tecnicamente preparadas para serem boas administradoras. Em suma, além dos desafios de abrir o próprio negócio, as mulheres empreendedoras precisam lidar com preconceito, desrespeito, desigualdade e desconfiança, destacam Gomes Santana (2009).

Segundo Cacciotti (2016), perspectiva do medo do fracasso torna uma barreira para adentrar o empreendedorismo. De acordo com o IBGE (2017), o medo de falhar é constante quando se trata de empreender, porque é uma atividade que envolve muitos riscos. Perda de clientes, a falta de demanda e concorrência acirrada é apenas alguns deles. Ainda há possibilidade de falência, um dos maiores receios, porque no Brasil, 60% das empresas fecham as portas em cinco anos após serem criadas.

Apesar dos visíveis avanços que temos em relação à conquista de espaço da mulher no ambiente empreendedor, ainda existem muitas dificuldades e desafios que impedem um crescimento ainda maior do empreendedorismo feminino. No contexto social e familiar, os recursos de tempo e energia necessária para relacionamentos afetivos, para desempenhar o papel de mãe e os trabalhos domésticos, muitas das vezes entram em conflito com as demandas de desenvolver uma carreira empreendedora eficaz. O sucesso profissional geralmente exige longas horas de trabalho, com uma demonstração individual de ambição pessoal e comprometimento com seu negócio. A dificuldade em encontrar trabalho qualificado, o baixo lucro, o conflito entre trabalho e família (HASAN; ALMUBARAK, 2016), especialmente quando essas mulheres possuem filhos ainda pequenos (MATHEW, 2010).

Por meio do empreendedorismo feminino, essas mulheres encontram uma forma de se sustentar, de ganhar espaço na sociedade e no mercado de trabalho, de fazer a diferença em sua família ou comunidade e por isso o movimento é tão importante. Alguns estudos já mostram que, hoje, quando as mulheres empreendem, além de buscar por lucro, o fazem por satisfação pessoal e, principalmente, para agregar algo positivo para o mundo. Além do mais,

elas também costumam investir prioritariamente na educação de sua família, o que é essencial para a sociedade como um todo. Nassif, Andreassi, Tonelli, Fleury (2012) comentam que há uma série de desafios, dificuldades e preconceitos enfrentados pelas mulheres empreendedoras, mas também que elas têm a oportunidade de desenvolver habilidades e competências para alcançarem seus objetivos.

Nota-se que a empreendedora busca equilíbrio entre trabalho e família, o que é resultante do conflito entre a atenção à família e ao trabalho, como salientado por Jonathan e Silva (2007). Mulheres encontram ainda dificuldades para desempenhar o papel de empreendedoras, tais como: longas horas de trabalho, pressões familiares, conflitos com possíveis sócios, dentre outros.

Quanto aos desafios, além do estresse no trabalho, decorrente de sua longa jornada, ressalta-se sempre a busca constante do equilíbrio entre o trabalho e a família. Muitas vezes a mulher não encontra apoio em seu parceiro, em seus familiares ou mesmo em instituições financeiras para investir em suas ideias encontrando grandes dificuldades em dar o impulso inicial ao seu negócio.

De acordo com Jonathan (2001), conseguir equilibrar obrigações ligadas às áreas pessoal e profissional é um dos grandes desafios das empreendedoras brasileiras. Compreende que uma boa relação de trabalho entre família pode gerar inúmeros benefícios a esse público e percebe-se, então, que é um dos caminhos para dar equilíbrio e gerar satisfação. Assim, pesquisas demonstram que a vida familiar tem um impacto dramático sobre as mulheres empreendedoras. Além da relação trabalho-família, outros problemas surgem no processo empreendedor feminino. Muitos desses problemas são inerentes ao empreendedorismo em si, outros, porém, alinham-se ao caráter feminino do empreendimento.

Além de o trabalho desenvolvido pela mulher ser culturalmente menos valorizado, a dinâmica desta relação trabalho e família necessita do posicionamento da mulher, demonstrando a importância do mesmo para o sucesso em sua vida profissional e pessoal. Como citado por Allen e Truman (1993), em estudos específicos do estilo gerencial feminino, explicam que as empreendedoras procuram traçar objetivos culturais e sociais nas organizações que dirigem, além dos objetivos financeiros. Essa oposição ocorre tanto no ambiente de trabalho quanto no familiar e precisa ser limitada ou suprimida progressivamente, pois se trata de um processo em constante movimento, que envolve modificações sociais e de aspectos culturais fundados.

Conforme, Coad e Tamvada (2012), apesar das dificuldades de empreender serem menores para os homens, com o passar dos anos, as mulheres se tornaram as principais empresárias de alguns setores da economia do país.

Uma das principais dificuldades de crescimento que elas enfrentam é a falta de informações sobre o negócio, falta de recursos tecnológicos, e outras, tais como a falta de estratégias de crescimento e de funcionários qualificados, bem como a falta de organização e planejamento. Na mesma medida em que as empreendedoras contribuem para o desenvolvimento do país, elas também investem na educação de suas famílias e, assim, possibilitam o crescimento de mais pessoas. O empreendedorismo feminino tem toda essa força. E é também expressivo em termos numéricos.

Quadro 1- Síntese das Barreiras e Desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras

Autor	Barreiras /desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras
Schwartz (1976)	Dificuldades enfrentadas por mulheres, como problemas na concessão de crédito e discriminação quanto à lucratividade de seus negócios.
Watson (2003)	Empresas comandadas por mulheres, normalmente têm resultados menores que as comandadas por homens em vários aspectos, tais como: taxas de receitas, lucro, crescimento e falência.
Cacciotti e Hayton (2015)	Medos relacionados a aspectos financeiros, estabilidade econômica dos pais e a falência.
(Gomes; Santana, 2009)	Precisam lidar com preconceito, desrespeito, desigualdade e desconfiança. Dificuldade em obter linhas de crédito financeiro, pois, para as empreendedoras são menores e mais caras do que para os homens.
Cacciotti (2016),	A perspectiva do medo do fracasso torna uma barreira para adentrar no empreendedorismo.
Nassif, Andreassi, Tonelli, Fleury (2012)	Desafios, dificuldades e preconceitos enfrentados pelas mulheres empreendedoras.
Jonathan e Silva (2007)	Dificuldades para desempenhar o papel de empreendedoras, tais como: longas horas de trabalho, pressões familiares, conflitos com possíveis sócios.
Jonathan (2001)	Conseguir equilibrar obrigações ligadas às áreas pessoal e profissional é um dos grandes desafios das empreendedoras brasileiras. Compreende que uma boa relação de trabalho entre família pode gerar inúmeros benefícios.
Allen e Truman (1993)	Estudos específicos do estilo gerencial feminino, explicam que as empreendedoras procuram traçar objetivos culturais e sociais, nas organizações que dirigem, além dos objetivos financeiros.
Coad e Tamvada (2012)	A falta de informações sobre o negócio e a falta de recursos tecnológicos, e outras, tais como falta de estratégias de crescimento e de funcionários qualificados,

	bem como falta de organização e planejamento, são umas das principais dificuldades de crescimento encontradas.
--	--

Fonte: A autora com base nos autores supracitados

2.3 As Mulheres e o Empreendedorismo de Base Tecnológica.

As mulheres ainda sofrem julgamentos desiguais em relação aos homens, que são considerados mais competentes em assuntos relacionados a negócios. Essa discriminação torna mais difícil para as mulheres encontrarem um ambiente propício para o desenvolvimento de suas habilidades. Esse cenário é ainda pior em setores como tecnologia e informática, onde a presença feminina é, ainda, baixa. Uma pesquisa realizada em 2015 revelou que a participação de mulheres nesse setor tecnologia caiu 19% dos últimos anos (SEBRAE, 2015). Elas ainda precisam superar muitos obstáculos no mercado de trabalho. Vencer os preconceitos da sociedade ainda é um dos desafios frequentes de empreender para as mulheres, especialmente, no setor de tecnologia. Em 2017, a Organização das Nações Unidas (ONU) alertou para o fato de o sexo feminino estar de fora dos principais postos de trabalho gerados pela revolução digital. A organização aponta que apenas 25% da força de trabalho da indústria digital seja representadas por elas. Aproveitar o potencial das mulheres na tecnologia vai além de discussões sobre igualdade de gênero. Segundo dados divulgados pela Organização das Nações Unidas (ONU), a participação das mulheres no mercado representa também crescimento econômico. Se 600 milhões de mulheres e meninas tiverem acesso às áreas de ciência, tecnologia e inovação, 144 países em desenvolvimento aumentariam o PIB em oito trilhões de dólares.

Embora pareça um desafio que ficou no passado, a desigualdade entre homens e mulheres no mercado de trabalho é marcante na área de tecnologia. De acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE no ano de 2019, no Brasil as mulheres são promovidas três vezes menos que os homens no setor da tecnologia. Além disso, elas representam apenas 20% dos mais de 580 mil profissionais que trabalham com Tecnologia da Informação no país. Para agravar a situação, 51% delas relataram sofrer preconceito no ambiente de trabalho (SEBRAE, 2019).

De acordo, Jane E. Fountain (2000), em que as mulheres “inovadoras” são menos visíveis e pouco representadas em setores com responsabilidade primária pelo desenvolvimento científico e tecnológico mesmo em uma sociedade da informação. De

maneira geral, a tecnologia é feita por homens e mulheres, em que há diferenças de gênero como em qualquer outra área do conhecimento, e cujas distinções de características biológicas ou fisiológicas não devem ser ignoradas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem de estudo utilizada no presente trabalho se caracteriza como uma pesquisa qualitativa. De acordo com Samperi, Collado e Lucio (2013), na visão qualitativa compreende-se a opinião dos participantes referente aos fenômenos que circulam, conforme as opiniões, as experiências vividas e os significados.

O método de pesquisa aplicado no estudo de caso, que é uma forma descritiva de investigação empírica, sendo utilizado para descrever e proporcionar uma generalização analítica. Este método visa o estudo profundo de poucos objetos de maneira que se permita o detalhado conhecimento (SILVA; MENEZES, 2001). A presente pesquisa é classificada como descritiva que, segundo Roesch (2005), permite analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Na coleta de dados foi desenvolvido um roteiro semiestruturado, com base no referencial teórico a fim de obter a opinião de mulheres que participaram e ou participam do movimento UBERHUB MULHER. Também se utilizou a pesquisa documental, em que foi analisado os dados disponíveis sobre o Projeto UBERHUB MULHER, no seu site oficial e também informações no site do UBERHUB.

No Quadro 2 - Estão sintetizadas as informações sobre as entrevistadas

	Profissão	Papel no UBERHUB Mulher
Entrevistada 1	Coach em empreendedorismo	Coordenadora
Entrevistada 2	Professora	Cargos são distribuídos conforme o evento/projeto realizados.
Entrevistada 3	Professora	Cargos são distribuídos conforme o evento/projeto realizado.

Fonte: Dados da pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir, os dados serão apresentados respeitando a seguinte ordem: o ecossistema UBERHUB, surgimento do Projeto UBERHUB MULHER, sua trajetória, as ações realizadas, e os resultados obtidos até então. Em seguida, é feita uma discussão relacionando os achados de pesquisa com o referencial teórico utilizado.

4.1. O Ecossistema UBERHUB

O UBERHUB é o um ecossistema de inovação, tecnologia e empreendedorismo de Uberlândia, composto de entidades com um mesmo propósito, que têm incentivado o empreendedorismo em Uberlândia e região, com tecnologia, criatividade, inovação e colaboração. Além disso, foram destacadas algumas iniciativas do UBERHUB como: os Meetups realizados pelos voluntários, UBERHUB COND (programa de incentivo à formação de desenvolvedores de software), UBERHUB MULHER RH Tech (tem o objetivo compartilhar informações, experiências e oportunidades na área de recursos humanos), Comunidade de TI (todos profissionais interessados ou envolvidos com TI/Inovação em Uberlândia e região), e o UBERHUB MULHER.

O UBERHUB vem ganhando destaque e trazendo posicionamento para cidade de Uberlândia como polo de tecnologia, que nunca teve um ecossistema tão movimentado, com tantos eventos, tantas empresas e startups se destacando. O UBERHUB Mulher foi criado com o objetivo de em apoiar, inspirar e capacitar mulheres para promover a inovação, empreendedorismo e tecnologia em Uberlândia, sempre preocupado em não causar uma divisão no ecossistema, e sim, trazer todos os princípios e bases do ecossistema, para que este seja um fundamento para o movimento. O UBERHUB é um movimento de incentivo à formação de talentos na área de tecnologia, realizado pelo Conselho de Desenvolvimento Econômico de Uberlândia (CODEN), sendo uma iniciativa dos setores público e privado, instituições de ensino e sociedade civil organizada no sentido de incrementar o empreendedorismo em Uberlândia e região, com tecnologia, criatividade, inovação e colaboração, que apoia diversas entidades, empresas e pessoas físicas interessadas. O UBERHUB é composto por 137 empresas atualmente. Desde 2013, este ecossistema de inovação e tecnologia empreendedorismo dobra o número de Startups.

Mesclado por diversos atores de inovação, o ecossistema reúne mais de 160 players como: associações, empreendedores de tecnologia e inovação, comunidades, incubadoras, investidores, empresas, instituições de ensino, startups, poder público e as instituições de apoio e afins como o SEBRAE, FIEMG e outras além de empreendedores de tecnologia e inovação. Podemos também destacar, a empresa de telefonia Algar que mantém um instituto de ciência e tecnologia privado, o cérebro (Brain), e um trabalho cooperativo (coworking) administrado pela comunidade de startups Colmeia. A empresa Softbox que acabou de ser adquirida pelo Magazine Luiza e há também uma representação da Singularity University, escola de empreendedorismo do Vale do Silício, que por sinal é a primeira do Brasil fora das capitais. Todos eles participam do processo de colaboração de tornar Uberlândia reconhecida no cenário da inovação nacional, por meio de um ambiente auxiliar ao empreendedorismo, pela formação de mão de obra especializada e pela atração de investimentos e geração de negócios como os promissores startups existentes, as que estão e as que serão formadas. A UBERHUB disponibiliza diversas informações importantes do ecossistema de tecnologia e inovação da cidade, como Mapeamento do Ecossistema, que pode ser utilizado como um guia para aqueles que querem ter uma visão geral do ecossistema de tecnologia e inovação Uberlandense, realizado pela Abstartups, a Agenda Única de Inovação disponibilizada toda agenda de eventos de tecnologia, inovação e empreendedorismo da cidade, além de, também, servir como referência para organizadores de eventos, com o objetivo de evitar que um evento atrapalhe o outro, (site do UBERHUB).

4.2 Projeto UBERHUB MULHER

O objetivo do UBERHUB MULHER é relacionar e conectar com ecossistema, incluir e trazer mais mulheres para o movimento, inclusive, mulheres que trabalham na área de tecnologia. Tal objetivo foi alcançado ao longo de 2018 e 2019, quando o movimento ganhou destaque. Conseguiram aliados importantes, como a Rede Mulher Empreendedoras, que não só faz um trabalho importante dentro do movimento, como também, sempre leva o nome do UBERHUB MULHER nos eventos que realizam e participam.

O movimento tornou-se um parceiro estratégico do projeto de extensão existente dentro do IFTM, criado pela professora do IFTM, que também faz parte do movimento, onde algumas ações realizadas levam o nome UBERHUB MULHER. O UBERHUB MULHER participou, recentemente, de uma conferência na ONU onde foi apresentado o movimento.



Fonte: uberhub.com.br

A partir do UBERHUB MULHER, surgiu o movimento a Aldeia Materna, que é composto de mães empreendedoras e mulheres que participavam do UBERHUB MULHER. Muitas mulheres que participavam dos eventos, e que colaboraram no movimento, conseguiram realizar atividades promovidas por elas ou promovem outros eventos. São resultados positivos que o UBERHUB MULHER conseguiu alcançar. Mais mulheres trabalhando em tecnologia, construindo negócios sólidos e criativos. Esse foi o desafio que o movimento lançou para o ecossistema de inovação em Uberlândia.

A pesquisa da Associação Brasileira de Startups (ABStartups), aponta que 74% das equipes de startups são formadas por homens e quase 90% das empresas de inovação e base tecnológica são comandadas por eles. O crescimento no número de startups do Brasil nos últimos anos tem chamado a atenção para a liderança de mulheres no setor. Apesar das empreendedoras representarem pouco mais de 10% das comandantes startups, seus empreendimentos têm gerado impacto significativo em alguns segmentos da economia.

4.2.1 Como Surgiu o Projeto UBERHUB MULHER

Em 2017, a Entrevistada 1, esteve em um evento em São Paulo, onde conheceu a Rede Mulher Empreendedora, ela sabia a Rede Mulher Empreendedora que atuavam por meio de embaixadoras em outras cidades. Então, buscou ajuda de outras instituições como SEBRAE, ACIUB e outras, com a tentativa de trazer a Rede Mulher Empreendedora para Uberlândia, mas não obteve sucesso neste primeiro momento. Devido já estarem no final de 2017, alegaram que seria começar em 2018. Como não conseguiria sozinha, aguardou surgir uma nova oportunidade de dar andamento ao projeto. Porém, em dezembro de 2017, um

funcionário da FIEMG que sabia de seu trabalho com empreendedorismo feminino, procurou-a para começar a desenvolver, em princípio um evento para o dia da mulher, em 08 de março de 2018, com o tema inovação e tecnologia. No ano de 2018, chamaram outro funcionário da FIEMG e um do SEBRAE, para participarem do evento que seria realizado. Foram tendo várias conversas entre si e o movimento foi crescendo mesmo antes de ser aberto ao público. Em uma dessas conversas, tiveram a ideia de desenvolver um projeto voltado para o empreendedorismo feminino, e que seria viável chamar mulheres empreendedoras da cidade de Uberlândia, para que elas pudessem participar e ouvir a opinião delas, foi sendo dado andamento ao projeto então, marcada a primeira reunião.

Até este momento, o nome UBERHUB MULHER não existia, era somente uma ideia de projeto, com objetivo de movimentar o empreendedorismo feminino na cidade. Foram chamadas várias mulheres para participar, algumas professoras da FIEMG, ACIUB, SEBRAE, SENAC, UFU e FAGEN empreendedoras, consultoras de negócios e algumas executivas. Na primeira reunião, onde todos envolvidos se conheceram, havia vinte pessoas. Na reunião com essas mulheres, elas propuseram que o movimento tivesse um nome, como seria feito e qual seria o seu propósito. Ao término dessa reunião, surgiu o nome UBERHUB MULHER, como um movimento dentro do ecossistema UBERHUB. Foi marcada a segunda reunião, onde seria definido o propósito, objetivos e a forma como seria conduzido.

Segundo a Entrevistada 1, “Esta primeira reunião foi para que nós nos conhecêssemos, e para que a gente entendesse o propósito. E na reunião seguinte, começamos a criar nossos objetivos, nossos princípios e propósitos. Então saímos desta primeira reunião e marcamos uma para o mês seguinte.”

Assim, nasceu o UBERHUB MULHER, movimento que visa apoiar, inspirar e capacitar mulheres para promover a inovação e empreendedorismo na cidade de Uberlândia. Numa terça-feira, oito de março 2018, mais de cem mulheres se reuniram na Casa Garcia, em Uberlândia, para o lançamento do evento, que contou com a participação do Grupo Algar, de jornalistas e também de importantes representantes de empresas e instituições que trabalhavam com inovação, empreendedorismo e tecnologia em Uberlândia. A ação liderada pela FIEMG Regional Vale do Paranaíba, SEBRAE e Casa Garcia, conta com o apoio do PCIR-Programa e competitividade Industrial Regional, Banco BMG e o CODEN-Conselho de Desenvolvimento Econômico de Uberlândia.

4.2.2 Trajetória do Projeto UBERHUB MULHER

Na segunda reunião foi definida a data de lançamento do movimento, que seria dia 8 de março de 2018. A data que foi proposta na palestra, no princípio, e foram trabalhando para que isso acontecesse. Ficaram muito atentos para não provocar uma divisão no ecossistema UBERHUB já existentes, ao contrário pegaram toda a base, todos os princípios que já haviam sido discutidos no ecossistema para que este fosse a base do movimento. A partir daí, começaram a criar os objetivos, os princípios e os propósitos específicos do movimento. E outras reuniões foram acontecendo, com o propósito de um movimento voluntário, e do que as mulheres já faziam dentro das próprias empresas, mas agora compartilhando.

Também na segunda reunião, foi definido o propósito, que seria apoiar, inspirar e capacitar mulheres para promover a inovação, empreendedorismo e tecnologia em Uberlândia. E qual seria o público e para quem ele seria criado, e foi definido que seria para empreendedoras de negócios inovadores, intra-empreendedoras e potenciais empreendedoras. Todas as decisões foram tomadas em conjunto e trabalhavam sempre todas juntas. Foi seguido um método de projeto, e decidiram estabelecer a divisão de tarefas para que pudessem organizar ações de marketing para divulgar os eventos, ações voltadas para o financeiro, incluindo a captação de um patrocínio, captação para coordenar os eventos, ajudar a encontrar o local dos eventos, e todas trabalhando para o lançamento do UBERHUB MULHER. Assim, movimento foi realizando as ações e ganhando, cada vez mais, força dentro do ecossistema.

4.2.3 As Ações Realizadas no Projeto UBERHUB MULHER

Em princípio, seria realizada uma ação por mês, sendo no mês de maio o lançamento do projeto e no mês junho, uma oficina. Depois do lançamento para a cidade, foi percebida uma demanda sobre empreendedorismo feminino e o interesse que as mulheres tinham sobre inovação e como trazer a tecnologia para seus negócios (mesmo ele sendo tradicional) e que elas queriam falar e ouvir sobre empreendedorismo feminino. Então foi observado que a demanda era maior que a esperada e logo foram recebendo outros convites, de outras pessoas do ecossistema, para fazer outros eventos.

Logo no mês maio, participaram do um evento de uma instituição de ensino privada, (Centro Universitário Una), em que UBERHUB MULHER contribuiu com uma palestra. Foi realizado IT'S PITCH TIME em uma cervejaria local, para selecionar startups para irem para

o evento da instituição de ensino. A oficina foi realizada em uma empresa de grande porte do ramo de Tecnologia de Informação, foi feita uma visita em uma indústria de grande porte do ramo de bebidas, foi realizada uma palestra para as mulheres dos oficiais do Exército e foi feita uma visita em Brasília. Até o final do ano foram realizados vários eventos:

O Quadro 3 - Apresenta um resumo dos eventos e ações realizadas

Data	Eventos	Ações realizadas
05/2018	Lançamento do UBERHUB MULHER, na Casa Garcia.	Lançamento do movimento.
05/2018	Palestra na Inova Week-UNA	Participaram do um evento de uma instituição de ensino privada, em que UBERHUB MULHER contribuiu com uma palestra.
05/06 /2018	It's Ptch time-Alienada Cervejaria	Evento para selecionar startups.
06/2018	Effectuation-Innovation Lab Algar Tech	Foi realizado uma oficina.
07/2018	Cervejaria-Ambev	Visita Técnica.
07/2018	Girl Power - Zup	Organização de profissionais de TI que buscam realizar competições com foco na integração e realização de atividades físicas para um público feminino.
08/ 2018	Startup Weekend	Promovendo eventos (workshops, Meetups e rodas de conversa) que nos mostrem as referências femininas que já temos e garanta que mais pessoas possam começar na área.
08/2018	36BIM Uberlândia	Palestra sobre mulheres do futuro.
08/2018	CITIES	Apoio e participação nas CITIES. Apoio a eventos do ecossistema.
09/2018	Jornada empreendedora	Levar oportunidades para regiões periféricas de Uberlândia. Com foco em estudantes da Educação Básica e mulheres que buscam qualificação, o projeto de extensão oferece palestras, cursos de capacitação.
10/2018	Missão Brasília	Foi realizada uma palestra.
02/2019	Parceria com a Rede Mulher Empreendedora	A fonte de inspiração, que, por onde passam, levam a UBERRHUB MULHER.
03/2019	Tech Women	Apoio ao programa global do Google voltado para as mulheres na tecnologia que visa incentivar e empoderar mulheres por meio do aumento da visibilidade, comunidades e recursos destinados à elas.
04/2019	Inova Week-UNA	Participaram do um evento de uma instituição de ensino privada, em que UBERHUB MULHER contribuiu com uma palestra.

06/2019	Ação moradia	Levar oportunidades para regiões periféricas de Uberlândia. Com foco em estudantes da Educação Básica e mulheres que buscam qualificação, o projeto de extensão oferece palestras, cursos de capacitação.
07/2019	Meet UP, na Sankhya	Para discutir a presença das mulheres na área da tecnologia, realizadas por mulheres que atuam na área.
07/2019	Copa TI	Futsal feminino, a primeira vez que houve a realização deste evento no município.
08/2019	Apoio ao Projeto Minas Mulher	Levar oportunidades para regiões periféricas de Uberlândia. Com foco em estudantes da Educação Básica e mulheres que buscam qualificação, o projeto de extensão oferece palestras, cursos de capacitação, e oficinas. Qualificação sobre temas como empreendedorismo, finanças, inovação, tecnologia, entre outros.
10/2019	Startup Weekend Diversidade	Promovendo eventos (workshops, Meetups e rodas de conversa) que nos mostrem as referências femininas que já temos e garanta que mais pessoas possam começar na área.

Fonte: Dados da pesquisa.

Em 2019, foram realizados vários eventos, dos quais conseguiram trazer a Rede Mulher Empreendedorismo para Uberlândia, que era a fonte de inspiração, que, por onde passam, levam a UBERRHUB MULHER. Foi realizada a COPA TI futsal feminina, a primeira vez que houve a realização deste evento no município. Juntamente com os jogos, houve Meetups para discutir a presença das mulheres na área da tecnologia, realizadas por mulheres que atuam na área. Foi criado um projeto de extensão dentro IFTM, onde o UBERHUB MULHER atua como parceiro estratégico e também foi criado o movimento Aldeia Materna, que é composto por mães empreendedoras.

4.3 Resultados do Projeto UBERHUB MULHER

Dada natureza e escopo do presente trabalho, os resultados aqui relatados dizem respeito a alguns dos tópicos abordados na entrevista. Dentro das temáticas, os dados obtidos remetem às categorias que emergiram da análise. Visando maior objetividade, as falas de pessoas envolvidas no projeto que ilustram os resultados são aqui apresentadas com pequena editoração.

Segundo a Entrevistada 1” O ecossistema movimentou e era isso que a gente queria. As mulheres estavam presentes nos eventos, que eram pra discutir a presença das mulheres na

tecnologia, tinham várias mulheres que não estavam em 2018, mas estavam em 2019. No fundo, queríamos mais mulheres na inovação e na tecnologia e isso temos conseguido.”

Entre as pessoas entrevistadas podemos perceber que, ao lançar o movimento UBERHUB MUHER para cidade de Uberlândia, até mesmo nas reuniões realizadas pelos participantes o movimento, observou-se que existia certa demanda reprimida sobre o empreendedorismo, que as mulheres se interessavam sobre o assunto, e que as empreendedoras tinham interesse em agregar tecnologia em suas empresas, e, com isso o movimento foi ganhando fortes colaboradores e força dentro do ecossistema UBERHUB.

E conforme a Entrevistada 2:” Foram muitos bons desde que começou a iniciativa. É um grupo que é efetivo na comunicação. Teve muita troca de informação.”

Outro ponto que pode ser destacado foi a preocupação do movimento em causar a separação no ecossistema, porém, o UBERHUB foi usado como base e princípios para o movimento e com isso, foram traçados objetivos, propósitos e metas, que seriam: apoiar, inspirar e capacitar mulheres para promover inovação, empreendedorismo e tecnologia em Uberlândia, além de ser um movimento voluntário, e sem fins lucrativos, mas sim todas trabalhando juntas, assim, várias ações foram realizadas.

O movimento passou por mudanças que agregaram para melhor desenvolvimento das ações realizadas. Conforme relatado pelas entrevistadas, os resultados obtidos pelo movimento UBERHUB foi o que esperavam. Ele ganhou proporção e alcançou várias empreendedoras através das ações realizadas. Mas, todas concordam que poderiam acontecer mais ações, se houvesse uma verba fixa e mais patrocínios.

E relatou a Entrevistada 3:” Desde que começou a iniciativa, os resultados foram bons, despertou interesse de muitas empreendedoras. Tinha uma carência do assunto, então ganhou muita visibilidade.”



Fonte: uberhub.com.br

A análise da opinião de mulheres envolvidas com o movimento foi realizada de forma qualitativa. Os resultados mostram que o movimento tem colocando Uberlândia em sinergia com movimentos globais de empreendedorismo feminino, estimulando a diversidade, promovendo a criação de novos negócios liderados por mulheres.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais, as mulheres têm participado do setor de tecnologia no mercado de trabalho. E algumas dessas mulheres criam seus próprios negócios, e enquanto proprietárias e líderes revelam uma rica cultura empreendedora. 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. Com várias demandas que desafiam as empreendedoras, elas buscam alcançar um equilíbrio entre as questões pessoais, familiares e relativas ao trabalho. Suas estratégias para enfrentar os desafios e dificuldades variam, mas, aparentemente, elas são bem-sucedidas. Conservadoras em relação à busca de financiamento para os seus negócios, as empreendedoras não veem o crescimento do negócio nem como uma medida de sucesso nem como uma meta em si mesma. Ao buscarem o crescimento gradual da empresa de modo a garantir a qualidade, as empreendedoras vão contra as expectativas de rápido crescimento que prevalecem no ambiente de tecnologia.

Nesse sentido, o UBERHUB MULHER colabora para que as empreendedoras agreguem mais inovação e tecnologia em seus negócios e assim fortaleçam o ecossistema UBERHUB, proporciona as mulheres envolvidas no movimento mão de obra qualificada.

Formar mulheres para atuarem no setor de tecnologia. As mulheres revelam uma tendência na forma de gerir seus negócios, há reconhecimento e valorização da sua condição feminina de empreendedora bem como da "alma feminina" de suas empresas. A valorização do feminino, o exercício de liderança interativa, fundada em bons relacionamentos internos e externos, constituem as principais características da "gestão feminina", das mulheres no comando de suas empresas no setor de tecnologia brasileira. O empreendedorismo no Brasil se enriquece com a contribuição singular das empreendedoras que lideram negócios de tecnologia.

REFERÊNCIAS

CORTEZ, Ana Eliza Galvão; ARAÚJO, Afrânio Galdino de; PEREIRA, Fernando Antônio de Melo. **A Influência Dos Aspectos Cognitivos E Afetivos De Mulheres Empreendedoras Nas Diferentes Fases De Desenvolvimento De Um Negócio** (The Influence of Cognitive and Affective Aspects of Women Entrepreneurs in Different Stages of a Business). 2017. Acesso em: 03 de abril de 2019.

CRAMER, Luciane et al. **Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios**. REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 1, n. 1, p. 53-71, 2012. Disponível em: Acesso em: 03 de abril de 2019.

DE CAMARGO, Raquel Adriano Momm Maciel; LOURENÇO, Mariane Lemos; FERREIRA, Jane Mendes. **Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos?** Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN, v. 20, n. 2, p. 178-193, 2018. Disponível em: Acesso em: abril de 2019.

DE GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzká; SILVEIRA, Amélia; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. **Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações**. REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 2, n. 2, p. 32-54, 2013. Acesso em :03 de abril de 2019.

FERRAZ GOMES, Almira et al. **Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 16, n. 51, 2014. Acesso em: abril de 2019.

LIBERATO, Tatiane Furukawa; ANDRADE, Thales Haddad Novaes de. **Relações de gênero e inovação: atuação de mulheres nos NITs paulistas**. Revista Estudos Feministas, v. 26, n. 2, 2018. Acesso em 21 de outubro de 2019.

MACHADO, Hilka Vier et al. **O processo de criação de empresas por mulheres**. RAE-eletrônica, v.2, n.2,2003. Acesso em: 03 de abril de 2019.

MACHADO, Hilka Vier. **Mulheres empreendedoras: relato de experiências, trajetórias e desafios**. Revista Interdisciplinar de Gestão Social, v. 2, n. 1, 2013. Acesso em: de abril de 2019.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; ANDREASSI, Tales; TONELLI, Maria José. **Incidentes críticos envolvendo mulheres empreendedoras: O entrelaçamento de questões pessoais e profissionais**. RAUSP MANAGEMENT JOURNAL, v. 51, n. 2, p. 212-224, 2016. Acesso em: 03 de abril de 2019.

PELIZZA VIER MACHADO, Hilka; GUEDES, Alexandre; GAZOLA, Sebastião. **Determinantes e dificuldades de crescimento para mulheres empreendedoras**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 11, n. 1, 2017. Acesso em: abril de 2019.

SILVA, P. M. M.; EL-AOUAR, W. A.; SILVA, A. W. P.; CASTRO, A. B. C.; SOUSA, J. C. **A Resiliência no Empreendedorismo Feminino. Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, p. 2629-2649, 2019. Acesso em: 03 de abril de 2019.

VALE Gláucia Maria Vasconcellos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira; DE SOUSA TEODÓSIO, Armindo dos Santos. **Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?** Revista de Administração Contemporânea, v. 15, n. 4, p. 631-649, 2011. Acesso em: 02 de abril e 2019.

APÊNDICES

Apêndice I – Roteiro de entrevista

Como surgiu o UBERHUB MULHER, e quem eram os envolvidos?

Quais os objetivos e propósitos?

Quais ações foram realizadas?

Qual a percepção dos resultados?

Quais as ações futuras?

O que poderia ser melhorado?