

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

LORRANA DA SILVA LINO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DA QUESTÃO DO GÊNERO NA  
ÁREA DA TECNOLOGIA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à disciplina  
Trabalho de Curso II da FAGEN/UFU, como requisito parcial  
para obtenção do título de Bacharel em Administração

Orientadora: Márcia Freire de Oliveira

Uberlândia – MG

2020

## **EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DA QUESTÃO DO GÊNERO NA ÁREA DA TECNOLOGIA**

LORRANA DA SILVA LINO<sup>1</sup>

MÁRCIA FREIRE DE OLIVEIRA<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente estudo tem como objetivo realizar uma análise da questão do gênero feminino para a mulher que empreende no setor tecnológico. Para isso, foi realizada uma pesquisa qualitativa básica, de cunho descritiva, com mulheres que empreendem no setor da tecnologia. A coleta de dados foi obtida por meio de entrevistas semiestruturadas e realizadas com empreendedoras de vários locais do país. Foram entrevistadas um total de 9 mulheres e os dados colhidos foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. Os resultados obtidos apontam que elas estão empreendendo cada vez mais cedo, engajando-se em setores como ciência, engenharia, tecnologia e matemática, além de se respaldarem em qualificações no meio acadêmico. As motivações para empreender consistem no ideal de trabalhar de forma mais ética, de desenvolver seu perfil realizador e produtivo, de impactar e melhorar a vida de outras pessoas e, além de tudo, de garantir sua autonomia. É evidenciado o aumento da presença feminina nos setores tecnológicos, bem como na gama de iniciativas que fomentam esse ecossistema e as vastas redes de networking. Os desafios inerentes ao gênero são encarados numa perspectiva positiva, vislumbrando as mudanças que ocorrem no setor em termos de aumento do percentual da presença feminina e da representatividade para outras mulheres. A pesquisa nos permitiu uma análise crítica e ao mesmo tempo sensível do contexto em que essas empreendedoras estão inseridas, já que além de suas conquistas pautam-se também grandes desafios, como o machismo estrutural arraigado em nossa sociedade, os vários papéis que desempenham no cotidiano e as questões psicológicas e emotivas que perpassam por sua jornada.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino. Tecnologia. Gênero.

---

1 Orientada. Faculdade de Gestão e Negócios (FAGEN). Universidade Federal de Uberlândia. Rua João Ângelo Schiavinato, nº 1806, Segismundo Pereira, Uberlândia-MG, CEP: 38408-196. E-mail: lorranalino@ufu.br

2 Orientadora. Faculdade de Gestão e Negócios (FAGEN). Universidade Federal de Uberlândia. Avenida João Naves de Ávila, 2121, Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38408-100. E-mail: marciafreire@ufu.br

## 1 INTRODUÇÃO

A globalização e o avanço tecnológico estão diretamente ligados à evolução e à familiarização do termo empreendedorismo no mercado. Isso se dá devido à grande necessidade de as empresas se reinventarem para sobreviver ou ter um gerenciamento sustentável nesse contexto de um mundo conectado e modernizado. Contudo, a economia se movimenta não só por meio das grandes empresas já estabelecidas, mas também por uma dinâmica constante de produção de conhecimentos e novas ideias que geram oportunidades e novos negócios. Dessa forma, o empreendedorismo surge e cresce de acordo com a evolução da sociedade e da economia e, por isso, é amplamente estudado, entendendo-se que “O empreendedorismo é a junção de indivíduos e processos que convertem ideias em oportunidades, e quando colocadas em prática podem gerar negócios bem-sucedidos” (VALENCIANO SENTANIN; BARBOZA, 2005).

Para Dornelas (2008), o empreendedorismo consiste na criação de um produto ou serviço novo, no comprometimento do empreendedor para alcançar o crescimento da empresa e na ousadia para assumir riscos e tomar decisões críticas. Ele define o empreendedor como “aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Assim, o autor estabelece um perfil de sucesso que possui algumas características cruciais, como ser visionário, ter tomada de decisão, saber fazer a diferença e explorar oportunidades.

Dentre todas as vertentes que podem ser estudadas dentro do empreendedorismo, a questão do gênero feminino é um fator de peso, já que no Brasil 16,1 milhões de mulheres correspondem a 50,00% dos empreendedores iniciais. Esse dado demonstra uma grande representatividade e colaboração das mulheres nessa nova situação de mercado e no desenvolvimento econômico do país, porém, para empreendimentos consolidados a presença feminina é menor, mostrando que é mais difícil para as mulheres fazerem os seus negócios progredirem (GEM – Global Entrepreneurship Monitor, 2019, p. 14).

Conforme os dados da Pesquisa GEM no Brasil, de 2018, a taxa total de empreendedorismo foi de 38%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos, 38 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora (GEM – Global Entrepreneurship Monitor, 2018, p. 10). Já no cenário global, o Brasil ocupa a 98ª posição no ranking global de empreendedorismo em uma pesquisa composta por 137 países, e na categoria regional, em que o país se encaixa, os dois

fatores com melhor classificação são inovações de produtos e habilidades em startups (GEI – Global Entrepreneurship Index, 2018).

Nesse viés, a crescente participação do público feminino no empreendedorismo se dá pela evolução da sociedade como um todo, considerando a mudança de alguns valores da família em que a mulher passa a ajudar o homem com as despesas familiares e não somente com as tarefas domésticas. A globalização e o acesso fácil à informação também são fatores que influenciam, já que a mulher vê no mercado de trabalho, e no empreendedorismo, uma oportunidade de prosperar financeiramente e de realizar seus objetivos pessoais e profissionais.

Segundo Almeida *et. al.* (2011), no Brasil o público feminino se destaca e é crescente no empreendedorismo. Dessa forma, alguns fatores concorrem para isso, por exemplo, os obstáculos que as mulheres enfrentam no cotidiano de um trabalho como empregada, a necessidade financeira e a busca pela realização pessoal. O referido autor ainda defende que em pleno século 21, o ingresso da mulher no mercado de trabalho ainda é uma luta diária, haja vista que são inúmeras as dificuldades e diferenças de gênero presentes na sociedade contemporânea.

Além da relação trabalho-família, outros problemas surgem no processo empreendedor feminino. Muitos são inerentes ao empreendedorismo em si, outros, porém, alinham-se ao gênero e também à idade, visto que durante o processo de empreender as mulheres ainda são vítimas de preconceitos da herança histórica e do conservadorismo ainda arraigado na sociedade. Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), é um desafio para essas mulheres administrarem seus negócios em uma atividade predominantemente masculina. A situação se torna ainda mais difícil quando elas precisam dominar as novas tecnologias que o mercado impõe e nem sempre encontram apoio e credibilidade para usufruírem desses recursos.

Sob esse panorama delineado, este estudo procura responder à seguinte questão: como as empreendedoras brasileiras da área de tecnologia lidam com os desafios decorrentes das questões relacionadas ao gênero?

Para responder a esse questionamento, esta pesquisa tem como objetivo geral entender como as mulheres brasileiras que empreendem na área de tecnologia lidam com os obstáculos provenientes do gênero. Na esteira dessa análise, os objetivos específicos são: i) identificar os motivos que levaram as mulheres a empreender na área de tecnologia e ii) analisar a trajetória empreendedora dessas mulheres e levantar os desafios enfrentados decorrentes das questões

relacionadas ao gênero. Por meio do entendimento da trajetória feminina nesse campo de atuação será possível compreender a origem dessas mulheres, as suas vontades, motivações e sua carreira profissional e, nesse contexto, entender quais são os obstáculos que surgem e a maneira como são superados.

Diante do aumento constante da presença da mulher no mercado de trabalho, percebe-se a importância e o impacto que esse gênero causa no empreendedorismo e no setor tecnológico, demonstrando o quão importante é aumentar o entendimento da dimensão da mulher empreendedora nesse setor e contribuir para a construção de conhecimento sobre o empreendedorismo feminino na tecnologia.

Assim, esta pesquisa se justifica pela importância de abordar a questão do empreendedorismo feminino frente aos desafios e complicações decorrentes desse gênero. É defensável também que a apresentação das informações obtidas por meio deste estudo será de grande valia para traçar as motivações femininas para adentrar nesse setor e quais são os obstáculos que surgem na prática das mulheres empreendedoras.

Este artigo, além desta introdução, contém as seguintes partes: o referencial teórico, no qual são tratados os temas relativos ao empreendedorismo dentro de um contexto histórico, a mulher no mercado de trabalho, o empreendedorismo feminino e, ainda mais especificamente, o empreendedorismo feminino e a questão do gênero no setor tecnológico; na metodologia é elucidado o modo como foi realizada a pesquisa; a discussão dos dados da pesquisa apresentam-se os resultados das entrevistas e análises que comparam os dados obtidos com a teoria literária abordada no referencial teórico e, por fim, as considerações finais que retomam os principais pontos da pesquisa e propõe sugestões para futuros estudos.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Empreendedorismo: concepções históricas**

Ao tomarmos como pano de fundo a legislação, depreende-se que o empreendedorismo brasileiro teve como marco temporal o ano de 2008, caracterizando-se pelo crescimento de empreendedores individuais, micro e pequenas empresas, bem como aquelas de médio e grande

porte, destacando-se o seu fortalecimento a partir da Lei Complementar Nº 128, a qual “incentivou a formalização, de pessoas que trabalhavam no mercado informal, e ainda a formação de empresas com apenas um sócio” (OLIVEIRA, 2017, p. 17) Segundo essa autora,

A Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, criou a figura do Microempreendedor Individual e modificou a legislação das Micro e Pequenas empresas. Desde sua promulgação, tem objetivo de incentivar a formalização de pessoas que trabalhavam de maneira irregular, mas principalmente, tornou-se a mais forte razão, para pessoas comuns, abrirem suas pequenas empresas e se tornarem empreendedores. (OLIVEIRA, 2017, p. 17).

Segundo Dornelas (2008), no Brasil o termo empreendedorismo se tornou notório e amplamente difundido devido à preocupação dos cidadãos em criar empreendimentos de sucesso duráveis. Os avanços na tecnologia, a grande competitividade de mercado e a necessidade constante de diminuição de custos da empresa são alguns fatores que levam pessoas a pensarem no empreendedorismo como uma alternativa para se ter negócios com uma maior vantagem competitiva.

Dessa forma, considerando o grande avanço tecnológico, o aprimoramento dos meios de produção e da economia, Dornelas (2008) afirma que é experienciada a época do empreendedorismo, pois todas essas mudanças exigem do mercado um maior dinamismo, flexibilidade para inovar e mudar, e pessoas que possuam o perfil comportamental para romper barreiras comerciais e culturais, criando conceitos econômicos e empresas que resistam a uma realidade de mudanças constantes.

O autor supracitado compreende a relevância desse agente como pivô do empreendedorismo e define quais são as características principais que um bom empreendedor deve possuir. São elas: ter visão de futuro, ser assertivo no processo de tomada de decisão, aproveitar as oportunidades que surgem, trabalhar com esforço, paixão e dedicação, ser um bom líder com *know how* e assumir riscos sabendo que aquele empreendimento é em prol da geração de valor para o mercado de trabalho e para a economia.

Também é importante contextualizar a definição do termo empreendedorismo, que para os autores Baggio e Baggio (2014), consiste em realizar projetos com motivação e inovação, enfrentando riscos e oportunidades a todo o momento. Dessa forma, pode-se dizer que o empreendedorismo é a capacidade de destruir antigas concepções, transformando-as em conceitos.

Assim, o empreendedorismo, quando estudado de forma superficial, é encarado como a solução de toda economia, mas é importante enxergar os pontos positivos e negativos desse movimento que se expandiu pelo mercado. Dantas (2008), aponta a arrecadação monetária pessoal, a geração de emprego, o fomento do comércio local, o surgimento de novos mercados e a competitividade saudável como vantagens do empreendedorismo.

O autor ainda destaca a versão menos romântica desse movimento, que consiste em analisar criticamente como é fomentar o empreendedorismo no Brasil, como os empreendedores têm dificuldade em colocar em prática o que é planejado para o cotidiano empresarial ou até mesmo na ineficácia de um planejamento estratégico. Todas essas questões impactam de forma limitante e/ou favorável nas estatísticas do empreendedorismo brasileiro.

## **2.2 A mulher no mercado de trabalho**

Para entender o papel da mulher na sociedade, há que se considerar sua trajetória desde a época de colonização do Brasil, em que elas foram tidas como objetos de domínio e submissão devido à pouca relevância que tinham no mercado de trabalho, nas esferas acadêmicas e na vida pública. Vale considerar a explanação de Del Priore (2009), que estudou as mulheres brasileiras nos séculos XVI e XVII e revelou a mentalidade da sociedade desde o início da colonização, mostrando dados associados à dominação e à opressão da mulher. A mulher era vítima constante da dor, sofrimento e humilhação. Ainda segundo o autor, ela era obrigada a se casar e constituir uma família, sua função era procriar e a maternidade retirava-lhe o conteúdo sujo e nefasto da sexualidade.

Posteriormente, segundo Melo (2013), as mulheres conseguiram ter autorização para frequentar escolas apenas em 1827. O movimento feminista mundial lutou por diversos direitos e assim, entre o final de século 19 e o início do século 20, as mulheres conquistam o direito de votar. Dia 8 de março é marcado como Dia da Mulher pelas conquistas históricas dos direitos delas ao redor do mundo. Melo (2013) acrescenta que no final do século 19 as mulheres brasileiras representavam uma parte significativa da força de trabalho empregada e ocupavam de forma cada vez mais crescente o trabalho na indústria, chegando a ser a maioria da mão de obra empregada na indústria têxtil.

É notório que por mais que as conquistas tenham sido relevantes, durante todos esses anos, a maioria das mulheres ainda sofrem julgamentos de inferioridade em relação aos homens, que são considerados mais competentes e ousados em assuntos relacionados a negócios

Segundo uma pesquisa recente feita pelo Grupo Catho, empresa de recrutamento e seleção de executivos, as mulheres conquistam cargos de direção mais cedo. Tornam-se diretoras, em média, aos 36 anos de idade. Os homens chegam lá depois dos 40. No entanto, essas executivas ganham, em média, 22,8% menos que seus competidores de colarinho e gravata. A boa notícia é que essa diferença nos rendimentos vem caindo rapidamente. Por estar a menos tempo no mercado, é natural que elas tenham currículos menos robustos que os dos homens. A diferença nos ganhos tende a inexistir em futuro próximo. (PROBST; RAMOS, 2003, p. 3).

Em dissonância a esse posicionamento, Robbins (2003) diz que apesar do histórico tradicional de ocupação dos cargos altos na escala hierárquica ser ocupado por figuras masculinas, as empresas favorecem as mulheres devido a sua maleabilidade, ao foco nos trabalhos executados em times e à confiabilidade. E completa que mulheres possuem atributos inerentes ao gênero no que tange à sua forma de gerenciar pessoas em uma organização, visto que lideranças femininas optam por orientar seus colaboradores de forma mais motivadora, partilhando e delegando responsabilidades, o que torna o ambiente organizacional mais participativo e agradável.

No que concerne à mulher no mercado de trabalho, os debates giram em torno da igualdade de gêneros. Cramer *et al.* (2012 *apud* OLIVEIRA, 2017, p. 13) acrescentam também que:

A interação com os homens e o transcorrer de suas carreiras em cargos de liderança, coordenação e gerência, e também como empreendedoras de um negócio em seu nome. Nesse ambiente de trabalho, onde ocorrem relações entre os gêneros, acontecem, conjuntamente as disparidades de salário, relação de cargos e posições de poder em grandes empresas.

Em complemento, Morshed e Haque (2015), de forma assertiva, reverberam que as mulheres são motivadas, visionárias, realistas, modernas e entusiasmadas com a profissão. Talvez por isso se considere positiva a visão da mulher importante para a gestão de seu próprio negócio, como empreendedora, visto sua importância para o desenvolvimento da sociedade, promovendo a geração de renda e empregos.

Em contrapartida, Nogueira (2001) menciona que as novas organizações de trabalho feminino ainda não consideram, adequadamente, um traço do patriarcado ainda recorrente, em que somente à mulher é reservada as tarefas domésticas de cuidar da casa e dos filhos, característica que



justificam “menores salários a menor seguridade e a falta de reconhecimento da mulher no mundo do trabalho” (GOLIN, 2018, p. 60).

Bulgacov *et al.* (2010) reforçam o fato de que:

A profissionalização da mulher não ocorre na mesma perspectiva que a masculina. O homem busca o trabalho como sua principal atividade, enquanto a mulher define sua carreira buscando equilibrar a vida familiar, seus sonhos e objetivos, com a vida profissional. Nesse sentido, o empreendedorismo é visto, para as mulheres, como uma alternativa de geração de trabalho e renda, possibilitando-lhes ter controle do seu tempo, seu futuro e seu destino profissional. (BULGACOV, *et al.* 2010, p. 341).

Posto isto, há uma congruência de autores que concordam que há um considerável avanço da atuação da mulher no mercado de trabalho, conquistando cada vez mais espaço como profissional e empreendedora. Apesar de que, de forma circunspecta, a presença feminina ter crescido no campo mercadológico e no empreendedorismo (SILVA, 2016 *apud* OLIVEIRA, 2017).

### **2.3 Empreendedorismo feminino**

No Brasil, as mulheres são maioria da população e passaram a viver mais, têm menos filhos, ocupam mais espaço no mercado de trabalho e, atualmente, são responsáveis pelo sustento de 37,3% das famílias (GANDRA, 2018). Outro dado que se soma a esses mencionados, é que mesmo as mulheres em maioria em relação ao quantitativo populacional de pessoas com ensino superior completo, as desigualdades ainda prevalecem quando comparadas aos homens, disparidade também manifestada em outras áreas, além do quesito educação, sendo comprovada pelo estudo Estatísticas de Gênero: Indicadores Sociais das Mulheres no Brasil, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), reitera Gandra (2018).

De acordo com o Relatório Anual Socioeconômico da Mulher (RASEAM), realizado em 2015, as mulheres representam mais da metade da população residente nas cidades brasileiras, constituindo fonte considerável de provimento de grande parte das famílias brasileiras. No entanto, a promoção da emancipação econômica feminina perpassa pela sua inserção no mercado de trabalho e melhores rendimentos, bem como uma “distribuição mais equitativa dos afazeres domésticos e das atividades de cuidado” (BRASIL, 2015, p. 16).

Esse mesmo relatório publiciza que em 2012 a taxa de atividade das mulheres de 16 a 59 anos era de 64,2%, bastante inferior a dos homens (86,2%). As desigualdades de raça ou cor também eram relevantes, fazendo com que as menores taxas fossem verificadas entre mulheres negras (62,2%) e as maiores entre homens brancos (86,5%). Dados que asseveram que ainda há muitos obstáculos para a que a mulher consiga autonomia econômica no cenário brasileiro atual.

Como mencionado, a falta de apoio e divisão justa dos afazeres domésticos sobrecarrega a mulher e “dificulta seu acesso e permanência no mercado de trabalho, bem como a sua ascensão profissional” (BRASIL, 2015, p. 16).

Outrossim, no que concerne ao empreendedorismo feminino e à dissociação dos gêneros no mercado, a mulher possui características próprias de gerenciamento que se combinadas com atributos intrínsecos ao universo feminino, definem um estilo próprio de gestão. Machado (1999), em sua pesquisa, constatou que no que tange às competências gerenciais, as mulheres possuem objetivos claros e bem definidos, definem estruturas simples de trabalho respaldadas no cooperativismo e agilidade, formulam estratégias de forma inovadora e lideram estimulando a cooperação e a integração dos seus funcionários.

Além das diferentes formas de gerenciamento, as mulheres possuem motivações distintas para adentrar no mercado empreendedor. Jonathan (2011) e Melo, Lopes e Rodrigues (2016) afirmam que mulheres almejam a independência afetiva, social e financeira, além de se realizarem profissionalmente com seus empreendimentos. Machado et. al. (2016) acrescenta que mulheres empreendem por insatisfação proveniente dos seus trabalhos anteriores, busca por independência financeira e por desafios, satisfação pessoal e arrecadar mais dinheiro.

A decisão de empreender para algumas mulheres vem como consequência da trajetória dos seus familiares. A figura materna tem um papel essencial, já que mães empreendedoras repassam a vocação para suas filhas que desejam ter não só independência, mas também seguir o exemplo e ser uma mulher forte (SANTOS; CARVALHO NETO, 2017).

Ademais, em referência à conciliação de papéis, Jonathan (2011) e Melo, Lopes e Rodrigues (2016) revelam perspectivas semelhantes ao afirmarem que mulheres adotam articulações e atributos pessoais que auxiliam na conciliação de responsabilidades do âmbito empresarial e familiar, exercendo suas várias funções a fim de obter êxito nessas esferas. Nassif, Andreassi e

Tonelli (2016) relatam que características e questões afetivas estão interligadas em empreendimentos femininos e impactam de forma significativa na estrutura dos negócios.

Assim como a conciliação de papéis é um desafio para mulheres empreendedoras, Nassif, Andreassi e Tonelli (2016) afirmam que os fatores afetivos impactam empreendimentos femininos de forma mais recorrente do que fatores profissionais. Ocasionalmente divergências dentro das famílias, conflitos e até mesmo separações. Demonstrando que a questão emocional dessas relações influencia fortemente nos negócios.

Apesar do número crescente de empreendedoras no mercado de trabalho e da presença de características comportamentais e gerenciais favoráveis para a prosperidade de novos empreendimentos, o empreendedorismo feminino ainda enfrenta divergências nas taxas de crescimento, quando comparado ao masculino.

Quando analisamos as taxas de empreendedorismo total por gênero em 2017, verifica-se que os homens são ligeiramente mais empreendedores que as mulheres, uma diferença de quase três pontos percentuais. Entre os empreendedores estabelecidos essa diferença é superior a quatro pontos. Contudo se tomarmos isoladamente os empreendedores iniciais, elas superam os homens em quase um ponto percentual. Esse comportamento do empreendedorismo segundo o gênero, pode levantar algumas reflexões: seriam as mulheres menos persistentes na condução dos seus empreendimentos? Ou o ambiente para mulheres empreenderem ainda lhes é desfavorável e isso afeta a longevidade dos seus negócios? (GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2017, p. 10).

Os pesquisadores Fay e Williams (1993) afirmam que no que tange à concessão de crédito para mulheres, as mesmas necessitam ter mais qualificações e experiência do que os homens. Quando esse fato não ocorre, as empreendedoras necessitam compensar com materiais altamente profissionais e com alto preparo na apresentação das suas ideias. Mostrando que há um maior nível de dificuldade para a mulher ingressar em uma carreira empreendedora de sucesso.

Além das questões de gênero, Camargo, Lourenço e Ferreira (2018) afirmam que demandas sazonais, falta de recebimento, inflação, impostos, aumento de custos fixos são fatores que geram receio ao empreender. Seguidamente por questões relacionadas a inseguranças pessoais, falta de *know how* e conhecimento de mercado, sair da zona de conforto do emprego anterior e falta de recursos para promover o negócio (MACHADO *et. al.*, 2016).

Neste cenário de desafios para a mulher empreender no mercado de trabalho, existem alguns setores que representam um maior obstáculo devido a sua natureza tradicionalmente masculina. O setor tecnológico pode representar esse revés e é um tópico importante deste estudo.

## 2.4 O empreendedorismo feminino e a questão do gênero no setor tecnológico

Nas leituras para fundamentar o empreendedorismo feminino neste trabalho, verificou-se que a literatura sobre a temática consiste em analisar certos aspectos pessoais da mulher ou como ela conduz os negócios. São notáveis algumas eventuais diferenciações entre os gêneros e em um contexto mais ampliado sobre gênero e empreendedorismo feminino vem se intensificando uma vertente interessada na questão tecnológica, ou seja, em mulheres que empreendem no setor tecnológico.

O dicionário Dicio define a tecnologia como conjunto de conhecimentos ou princípios aplicáveis em um determinado ramo da atividade humana. Em conjunto a dispositivos ou criações, essa ferramenta tornou-se imprescindível, já que não existe empresa hoje que não faça uso da tecnologia em qualquer de suas formas, seja para comunicação ou mesmo para produção de bens e serviços (DICIO, 2020).

Segundo Assis (2018), a tecnologia tem uma grande responsabilidade nas transformações que estão ocorrendo no mundo e é um dos setores que mais cresce na economia. Tópicos como *Big data, analytics, blockchain, social media, mobile* e inteligência artificial estão modificando os negócios e o cotidiano de profissionais de diversas áreas. Segundo informações do Fórum Econômico Mundial (WEF), até 2020 serão criados em torno 1,4 milhão de novos empregos e 65% das crianças que hoje estão na escola primária trabalharão em funções que ainda nem existem. (ASSIS, O ESTADÃO, 2018).

Contudo, empreender no setor tecnológico representa um desafio ainda mais expressivo para a mulher, devido à associação do ambiente tecnológico ao gênero masculino. Rocha (2005) afirma que, tradicionalmente, a ciência e a tecnologia foram tidas como ofícios predominantemente masculinos, principalmente no que diz respeito à área de exatas, relacionadas às engenharias e à informática. Adicionalmente, Ezzedeen e Zikic (2012) afirmam que mulheres enfrentam vários desafios ao empreender em uma área predominantemente masculina, mas que a determinação e apego pelo negócio incentivam-nas a perseverar.

Do mesmo modo, figuras femininas e seus negócios são constantemente questionados por terceiros, tornando necessário que elas comprovem o valor do seu trabalho, a fim de dissipar a resistência dessas figuras. Nessa perspectiva, constata-se a necessidade de qualificação tecnológica

para o mercado, cada dia mais exigente. Nesse sentido, surge o que Bauman (2008) denomina de empreendedorismo de si, que grosso modo, é o investimento que se faz em si mesmo, como se o trabalhador se constituísse em sua própria empresa:

Essa mudança na lógica do mercado de trabalho afeta diretamente as mulheres, tanto pelo tempo que estas podem dedicar para a própria qualificação quanto pelo investimento das empresas em qualificar funcionários, onde a preferência é por homens, seguindo a lógica de que a prioridade das mulheres sempre será a família, e por isso podem abandonar a empresa mais facilmente. (GOLIN, 2018, p. 15).

Na esteira dessas mudanças na lógica do mercado e a necessidade de qualificação dos trabalhadores, os desenvolvimentos tecnológicos, do mercado e do empreendedorismo feminino, geram um crescimento gradativo da participação das mulheres em todos os setores do mercado e, conseqüentemente, aqueles relacionados à tecnologia. Esse aumento existe, porém se mostra insuficiente devido haver ainda pequena participação das mulheres nesses setores.

Berger e Kuckertz (2016) relacionam o empreendedorismo e o empreendedorismo feminino, analisando quais são as combinações de fatores (governo local, equidade de gênero, talento, acesso a financiamentos e aos mercados, etc.) que viabilizam a existência de um alto número de mulheres empreendedoras tecnológicas. Dentre alguns fatores que influenciam a mulher a empreender em tecnologia, as políticas regionais e a igualdade de gênero são fatores relevantes que auxiliam no desenvolvimento do empreendedorismo feminino na área tecnológica.

Em relação ao engajamento das mulheres em setores da ciência, engenharia, tecnologia e matemática, é necessário que profissionais dessas áreas entendam a assimetria na participação feminina nesses setores, encarando a necessidade de assegurar que treinamentos ou cursos não desmotivem o engajamento da entrada dessas mulheres no mercado da ciência, engenharia, tecnologia e matemática (MARTIN *et al.*, 2015). A existência de poucos modelos femininos no ramo, predominância de fornecedores masculinos, e a rotina desafiadora de gerenciar carreira empreendedora e família são obstáculos que dificultam o crescimento do empreendedorismo feminino nesse setor (EZZEEDEN; ZIKIC, 2012).

Dautzenberg (2012) confirma a existência de um hiato de gênero no mercado tecnológico, provenientes do contexto educacional e de poder aquisitivo, visto que a não formação em ciências ou engenharia e os salários relativamente mais baixos dificultam a entrada de mulheres no setor.

Segundo Jonathan (2003), o número de mulheres que empreendem no mercado tecnológico é crescente, e as mesmas enfrentam inúmeros desafios ao adentrarem nessa área. Os obstáculos enfrentados estão relacionados à dicotomia do gênero e às inseguras intrínsecas a essa característica. A autora também ressalta que essas mesmas qualidades femininas são fatores determinantes na gestão de empreendimentos na área da tecnologia.

Orser, Riding e Stanley (2012) relatam que a maioria dos desafios encontrados pelas mulheres são decorrentes do gênero e da falta de referências femininas no ramo que podem auxiliar e serem mentoras na resolução desses problemas. Esse fato induz mulheres a resolverem seus desafios a nível pessoal e não organizacional, indo de encontro com a existência de executivos que contornam as culturas organizacionais referentes a gênero. Por isso, a junção dessas questões são impedimentos determinantes no avanço das mulheres na tecnologia.

Além de um modelo, é necessário que a mulher entenda a importância de desenvolver uma rede de *networking* para que possa trocar experiências, informações e dicas. É crucial que essa rede de contato seja de qualidade e existam características como: empatia, confiança, diversidade de gênero e de tipos de empreendimentos. O estabelecimento desses contatos impacta positivamente na autoconfiança e nos pontos de vista de cada empreendedora nas tomadas de decisão no seu negócio (HAMPTON; MCGOWAN; COOPER, 2011).

Pouco recurso e falta de reputação têm efeito negativo em novas iniciativas, contrariamente ao suporte de instituições que tem um resultado positivo em novos empreendimentos tecnológicos e na relação entre ausência de recurso e reputação. Uma vez que o governo e instituições implantem políticas que diminuam os obstáculos para abertura de novos empreendimentos, incentivam o empreendedorismo e dão suporte financeiro, mulheres empreendedoras terão mais facilidade para adentrar no setor tecnológico (XIE; LV, 2017).

Ademais, existe uma notória diferença entre mulheres e homens proprietários de empresas tecnológicas. No estudo de Ranga e Etzkowitz (2010) foi constatado que mulheres possuem empreendimentos menores e com menos orientação, o que denota menor rentabilidade e crescimento. Além disso, proprietárias tendem a estar mais satisfeitas em relação ao seu negócio, possuindo um perfil diferente dos homens no que tange à administração de capital e escolhas de financiamento (RANGA; ETZKOWITZ, 2010). Outra distinção entre os gêneros no setor tecnológico é em relação à motivação inicial para abrir o empreendimento, em que homens iniciam

suas carreiras empreendedoras procurando uma autorrealização e mulheres buscam melhoria de renda e de emprego (BARNIR, 2012).

Ainda assim, é necessário considerar questões mais abrangentes que recursos financeiros e falta de habilidade para compreender a limitação de mulheres nesse setor. A fim de entender e superar essas barreiras, é importante considerar uma série de fatores relacionados a questões socioculturais, competências, experiências, educação empreendedora entre outros (WHEADON; DUVAL-COUEIL, 2018).

A participação empreendedora das mulheres na tecnologia ainda representa um desafio, assim, para alavancar a presença feminina nesse setor é importante que no início da educação jovens mulheres sejam igualmente instigadas a adentrarem nas engenharias e tecnologias. E no que tange ao empreendedorismo, que haja uma grande disseminação de figuras femininas que empreendam na tecnologia, a fim de fomentar o ecossistema e trazer representatividade.

### **3 METODOLOGIA**

O estudo em questão constituiu-se de uma pesquisa qualitativa básica, tomando por base a perspectiva do autor Merriam (2009), que afirma que esse tipo de pesquisa é realizado por meio de coleta de dados utilizando-se de entrevistas, observações ou análise de documentos. A análise resume-se a identificar padrões recorrentes e o que é descoberto é decorrente da mistura e interpretação geral dessas informações comuns.

A pesquisa teve caráter descritivo, que tem como objetivo descrever a natureza do objeto estudado. Na perspectiva do autor Gil (2001), a pesquisa descritiva é largamente utilizada em vários estudos e tem como principal cunho a utilização de métodos padrão na coleta de dados. No contexto deste estudo, o objetivo maior será acrescentar novos conhecimentos às pesquisas relacionadas ao empreendedorismo feminino no setor tecnológico.

Em relação às formas de investigação, tratou-se de uma pesquisa de campo realizada por meio de entrevistas, as quais foram agendadas e realizadas por plataformas online (Whatsapp e Google meets), e revisão bibliográfica de livros, artigos, revistas e sites idôneos.

Quanto à abordagem, o método que melhor representou o estudo foi o qualitativo, já que tem como objetivo analisar a perspectiva subjetiva do objeto pesquisado, preocupando-se com

aspectos que não podem ser mensurados. Dessa forma, no olhar de Minayo (2001), pesquisas desse cunho lidam com uma pluralidade de conceitos e significados que necessitam de um tratamento mais aprofundado e não a restrição a simples variáveis.

Para a coleta de dados foram realizadas entrevistas em plataformas online (Google meets), ligações e áudios via Whatsapp, já que a proposta inicial de fazer as entrevistas pessoalmente não foi possível devido à pandemia da Covid-19 e a distância geográfica, sendo que a mesma ocorreu por meio de um roteiro semiestruturado. Algumas empreendedoras não aceitaram a realização da entrevista por meio de uma reunião online devido à falta de disponibilidade de tempo e agenda, mas responderam os questionamentos via áudio no Whatsapp. Os autores Boni e Quaresma (2005) afirmam que o tipo de entrevista em questão é uma junção de questões abertas e fechadas que possibilitam a argumentação do tema proposto por parte do entrevistado. Além de simular uma conversa descontraída, existe a possibilidade de orientar a entrevista para temas que não ficaram muito claros e que podem colaborar para relevância dos dados.

Foram entrevistadas 9 mulheres de vários estados no período de abril a novembro de 2020; sendo 3 que empreendem em uma única empresa; 1 que já fechou seu empreendimento; 1 que não constituiu a empresa, mas é sucessão; 1 que não possui CNPJ, mas empreende de forma autônoma e emite suas notas fiscais com uma empresa parceira; 1 que empreende com um sócio; e outras 2 que empreendem sozinhas.

Para melhor visualização e entendimento do trabalho e dos perfis das entrevistadas, apresenta-se o quadro a seguir.

Quadro 1 – Características das entrevistadas

Entrevistadas	Escolaridade	Estado Civil	Filhos	Idade	Formação	Setor	Tempo do Empreendimento
E1	Superior completo em Administração, fazendo uma pós	Solteira	1	31	Administração	Vendas para indústria	20 anos
E2	Superior completo, fazendo a 2ª graduação e uma pós	Casada	1	36	Ciências da Computação	Recrutamento e seleção	2 anos
E3	Cursando Doutorado	Solteira	0	28	Engenheira de Alimentos, Mestre e doutoranda	Prestação de serviços em T.I	3 anos



					em tecnologia e inovação		
E4	Superior completo	Solteira	0	36	Ciências da Computação	Infraestrutura de TI	5 anos
E5	Superior completo	Divorciada	0	34	Análise de sistemas, especializada em qualidade de gestão de software, MBA em Gestão e Liderança	Terceiro Setor	3 anos
E6	Superior completo	Solteira	0	36	Matemática, Graduada em Engenharia de Produção	Consultoria em inovação	1 ano e 3 meses
E7	Ensino médio incompleto	Solteira	0	17	Primeiro grau incompleto	Desenvolvimento de aplicativo e site	2 anos
E8	Ensino médio incompleto	Solteira	0	17	Primeiro grau incompleto	Desenvolvimento de aplicativo e site	2 anos
E9	Ensino médio incompleto	Solteira	0	17	Primeiro grau incompleto	Desenvolvimento de aplicativo e site	2 anos

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A princípio, as entrevistas seriam realizadas no setor tecnológico da cidade de Uberlândia – MG, mas devido às dificuldades para encontrar mulheres no perfil somente nesse município, a pesquisa foi ampliada em nível nacional, inclusive com uma empreendedora que precisou fechar a empresa. Foi possível encontrar mulheres com esse perfil devido às indicações de pessoas que trabalham no setor de tecnologia e inovação, de outras empreendedoras e por meio do evento tecnológico “She’s Tech” que teve a participação de várias mulheres do ramo.

Na elaboração da pesquisa foram encontradas dificuldades como: escassez do perfil delimitado para as entrevistas poderem ser realizadas em Uberlândia; dificuldades impostas pela pandemia da Covid-19, em que os eventos passaram a ser todos online, de certa forma a inviabilizar a abordagem pessoal (que é sempre mais assertiva); tempo na agenda das empreendedoras para atendimento; indicação das entrevistadas de outras mulheres e que atendessem ao perfil da pesquisa, mas nem todas tinham essa informação; dificuldade de aceite de algumas empreendedoras para responder às perguntas propostas, por diversos motivos.

Com a finalidade de analisar os dados obtidos, foi empregada a análise de conteúdo, que para Bardin (2009, p.31) configura-se como um conjunto de técnicas de análise de comunicações que auxilia na interpretação de palavras, haja vista que vai além da leitura habitual e enriquece o trabalho, seja de origem qualitativa ou quantitativa.

Assim, segue um quadro com as categorias (MINAYO, 2011) e questões estabelecidas em um roteiro semiestruturado de perguntas construídas a partir do referencial teórico.

Quadro 2- Categorias criadas a partir do referencial teórico e questões do roteiro

CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	AUTORES	QUESTÕES
<b>CATEGORIA 1</b>			
Empreendimento	Características do negócio	-Martin <i>et al.</i> (2015);  -Formica (2000 apud BAGGIO; BAGGIO, 2014).	- Qual é o setor de atuação do seu negócio - Quanto tempo tem o seu empreendimento? - Para entendermos um pouco mais a respeito da maturidade do seu negócio, em qual fase você acredita que ele está? Inicial, madura ou estabilizada?
<b>CATEGORIA 2</b>			
Perfil da mulher empreendedora	- Características pessoais - Motivações - Socioeconômico educacional	- Dornelas (2008); - Machado (1999); - Jonathan (2011) e Melo, Lopes e Rodrigues (2016); -Martin <i>et al.</i> , (2015); - Gandra (2018); - Morshed e Haque (2015); - Machado <i>et. al.</i> (2016).	-Qual principal característica você possui que te beneficia como empreendedora? - Você acredita que existem características intrínsecas ao gênero que te auxiliaram a empreender? - Quais foram suas motivações para empreender? - Faixa etária, escolaridade, estado civil, possui filhos? - Qual a sua formação?
<b>CATEGORIA 3</b>			
Dificuldades provenientes do gênero	- Ao empreender - Ao empreender no setor tecnológico	- Jonathan (2011) e Melo, Lopes e Rodrigues (2016); - Fay & Williams (1993); - Rocha (2005);	- Você teve que conciliar vários papéis? Se sim, quais? E como foi esse desafio? - Em questões financeiras e de concessão de crédito, você teve alguma dificuldade?

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Almeida <i>et al</i> (2011);</li> <li>- Jonathan (2003);</li> <li>-Martin (2015);</li> <li>- Orser, Riding e Stanley (2012);</li> <li>- Hampton, Mcgowan e Cooper (2011);</li> <li>-Nogueira (2001);</li> <li>-Camargo, Lourenço, -Ferreira (2018);</li> <li>-Machado et. al., 2016</li> <li>-Nassif, Andreassi e Tonelli (2016);</li> <li>-Dautzenberg (2012)</li> <li>-Boden Júnior. (1999 apud JONATHAN, 2011).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Você acha que hoje o setor tecnológico é predominantemente masculino?</li> <li>- Você acredita que empreender e ingressar no mercado de trabalho é uma luta diária para as mulheres?</li> <li>- Você teve alguma insegurança ao abrir um negócio no meio tecnológico?</li> <li>- Você acredita que profissionais tem conhecimento de que a participação de mulheres e homens no setor tecnológico é desigual?</li> <li>- Você teve uma mentora ou um modelo de mulher empreendedora nesse ramo?</li> <li>- Tem contato com uma rede de <i>networking</i> nesse mercado?</li> </ul>
--	--	---	---

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

#### 4 DISCUSSÃO DOS DADOS DA PESQUISA

No cenário do empreendedorismo feminino no Brasil, como exposto, não se pode negar a participação feminina no mercado empresarial, inclusive em papéis importantes de liderança e comando, mas que ainda é uma “verdadeira batalha e a conquista vem sendo diária” (ALMEIDA, *et al.*, 2011, p. 105). O que foi corroborado nas respostas das informantes desta pesquisa, sendo ainda motivo de preocupação, posto que “em pleno século XXI, há dificuldades e diferenças entre gêneros quanto às características, personalidade, perfil, modo de ser, de agir e de sentir, entre tantos outros aspectos” (ALMEIDA, *et al.*, 2011, p. 105).

Este estudo buscou entender como as mulheres brasileiras que empreendem na área de tecnologia lidam com os obstáculos provenientes do gênero e, para isso, a técnica de coletas de dados consistiu em realizar entrevistas semiestruturadas respondidas por empreendedoras do setor

tecnológico (doravante denominadas de E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9 para que fossem preservadas suas identidades). A pesquisa foi respondida por 9 empreendedoras nas áreas de softwares, TI e terceirização de empresas, sendo que 3 delas fazem parte da mesma empresa.

#### 4.1 Categorias

O procedimento de categorização pode ser usado em pesquisa qualitativa para qualquer tipo de análise de dados. Segundo Minayo (2011, p. 70), a palavra tem ligação com a ideia de “classe ou série e são empregadas para se estabelecer classificações [...], trabalhar com elas significa agrupar elementos, ideias ou expressões em torno de um conceito capaz de abranger tudo isso”.

##### 4.1.1 Categoria 1 – Empreendimento: características dos negócios

O objetivo da primeira categoria foi compreender quais são os negócios empreendidos pelas entrevistadas, bem como suas características. As questões foram importantes para direcionar as respostas e estas consubstanciaram as análises que se seguem.

Em relação ao setor de atuação do negócio, 5 mulheres responderam que empreendem na área de criação de softwares, sendo 1 em vendas para indústria, atacado e distribuição de bens de consumo (E1), outra na parte de recrutamento e seleção (E2), e as outras 3 em desenvolvimento de aplicativos e sites (E7, E8 e E9); 2 no setor de TI, sendo 1 em prestação de serviços em TI (E3), e outra em infraestrutura de TI e terceirização da área de TI de pequenas empresas (E4); e a última trabalha no Terceiro Setor (E5). Essa diversificação de áreas de atuação demonstra, como tratado por Martin *et al.* (2015), que há um engajamento das mulheres em setores como ciência, engenharia, tecnologia e matemática.

Dentre as 9 respondentes, 7 trabalham diretamente com a criação de softwares e TI, o que vai ao encontro ao que Formica (2000 *apud* BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 71) apresenta como características mais relevantes da personalidade do empreendedor tecnológico, que são: “Familiaridade com o mundo acadêmico; busca de oportunidades de negócios na economia digital e do conhecimento, sobretudo nos campos do ICT, eletrônica, computação e software, biotecnologia, tecnologias voltadas para o meio ambiente”; entre outras.

Para as demais questões, que perguntaram o tempo e em que fase o negócio se encontram os empreendimentos, as respostas consolidadas foram que a empresa mais antiga está com 20 anos e a mais nova com 2 anos de existência, sendo que 2 estão na fase madura (E1 e E3); 6 na inicial (E4, E5, E7, E8 e E9) e 1 mencionou que “estamos numa fase em que saímos um pouco de start-up para scale up, então estamos escalonando novos clientes e tudo mais” (E2). Essa percepção de maturidade ou não do estágio em que se encontra o negócio confirma a nossa impressão de que elas possuem noção das habilidades que confirmam ou refutam a perspectiva de serem boas empreendedoras ou não. Essas habilidades, segundo Baggio e Baggio (2014) “relacionam-se com a gestão de mudanças, liderança, inovação, controle pessoal, capacidade de correr riscos e visão de futuro” (2014, p.9).

#### 4.1.2 Categoria 2 - Perfil da mulher empreendedora: Características pessoais, motivações e dados socioeconômicos/educacionais

A segunda categoria foi composta por 5 perguntas, questões estas que nos apresentaram informações que possibilitaram entender um pouco sobre a vida das entrevistadas no que tange ao perfil, às características e suas motivações pessoais para, assim, dar subsídios teórico/prático para o entendimento do lugar de fala e atuação dessas mulheres no mercado empreendedor no Brasil.

Para se entender as características que as entrevistadas consideram benéficas quando elas exercem o papel de empreendedoras, as palavras que se destacaram e que nos pareceram mais próximas das qualidades mencionadas por Dornelas (2008), Machado (1999) e Jonathan (2011) foram: “acesso a uma boa educação; perseverança, organização e força de vontade; liderança, embasamento acadêmico, respaldo técnico; determinação, curiosidade, não ter medo de arriscar; perfil realizador, executar, perfil diplomático; persistência, comprometimento, busca de informações, persuasão; habilidade de comunicação; saber lidar com as pessoas; me doar 100% pra qualquer projeto” (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8; E9).

As características próprias do gênero que as auxiliaram a empreender, segundo as colaboradoras da pesquisa, reverberou uma particularidade importante para quem se aventura em um mundo notadamente masculino: a consciência do potencial feminino sobre como utilizar as qualidades pessoais em prol dos negócios.

E1: “Gênero não, no meu caso. Mas, como consciência coletiva existe a tendência do homem estar mais disposto a correr risco do que a mulher.”

E2: “eu acho meio difícil de responder essa questão [...] única coisa que me diferencia de um homem é o fato de eu poder parir [...] o que me auxiliou questão de formação, questão cultural, e tudo mais, é que eu acho que isso **auxilia qualquer pessoa a empreender independente de gênero**, cor, nacionalidade, enfim. É a questão de perseverança, organização, e força de vontade e qualquer coisa que esteja relacionado a isso”.

E3: “Sim, Empatia.”

E4: “A mulher tem uma percepção diferente sobre as coisas. Sensibilidade e intuição muito mais aguçadas do que a maioria dos homens. As relações de trabalho geralmente são mais leves.”

E5: “[...]sempre tem aquele sexto sentido, a gente sente, e eu sou muito da oração.”

E8: “Não biologicamente, mas socialmente falando[...]”.

Nessa perspectiva, Morshed e Haque (2015), asseveram que as mulheres têm uma gama de motivação diferenciada dos homens, são mais visionárias, realistas, modernas e entusiasmadas com a profissão, sendo estas qualidades para gerarem e terem sucesso no próprio negócio como empreendedoras.

Ao tratar das motivações que as entrevistadas internalizam para empreender, de modo sucinto, as frases que as impulsionaram foram: “prefiro ser proprietária que funcionária” (E1); “acreditar em si e trazer benefício social” (E2), “buscar inovação” (E3); “pilares éticos dentro da minha expertise” (E4); “insatisfação que eu ‘tava’ com a empresa onde trabalhava” (E5); “ajudar as pessoas” (E7, E8, E9). Nesse sentido, como exposto por Jonathan (2011) e também por Melo, Lopes e Rodrigues (2016), as mulheres almejam a independência afetiva, social e financeira, além de realizarem-se profissionalmente com seus empreendimentos. Machado et. al. (2016) acrescenta que elas buscam por independência financeira e por desafios, satisfação pessoal e arrecadar mais dinheiro.

Para tratar dos perfis das entrevistadas e apresentar de modo mais claro a situação social, de escolarização e formação dessas empreendedoras, apresenta-se o quadro a seguir.

Quadro 3 – Perfil das mulheres empreendedoras

Entrevistadas	Escolaridade	Estado Civil	Filhos	Idade	Formação
E1	Superior completo em Administração, fazendo uma pós	Solteira	1	31	Administração
E2	Superior completo, fazendo a 2º graduação e	Casada	1	36	Ciências da Computação

	uma pós				
E3	Cursando Doutorado	Solteira	0	28	Engenheira de Alimentos, Mestre e doutoranda em tecnologia e inovação
E4	Superior completo	Solteira	0	36	Ciências da Computação
E5	Superior completo	Divorciada	0	34	Análise de sistemas, especializada em qualidade de gestão de software, MBA em Gestão e Liderança
E6	Superior completo	Solteira	0	36	Matemática, Graduanda em Engenharia de Produção
E7	Ensino médio incompleto	Solteira	0	17	Primeiro grau incompleto
E8	Ensino médio incompleto	Solteira	0	17	Primeiro grau incompleto
E9	Ensino médio incompleto	Solteira	0	17	Primeiro grau incompleto

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

No tocante às questões sobre os dados pessoais das mulheres empreendedoras, expostas no quadro anterior, percebeu-se que elas estão iniciando seus negócios cada vez mais cedo, na faixa de 30 anos de idade, e que apesar das desigualdades de gênero, são maioria dentre a população que passou a viver mais, ter menos filhos e cursar uma faculdade (GANDRA, 2018).

#### 4.1.3 Terceira Categoria - Dificuldades provenientes do gênero: Ao empreender e ao empreender no setor tecnológico

Essa categoria contou com 9 perguntas, que de acordo com as intenções deste estudo, apresentaram uma demanda de questionamentos mais subjetivos, notadamente porque buscou compreender as nuances que permeiam as dificuldades advindas das questões do gênero, as motivações pessoais e as especificidades do universo feminino, como a sobrecarga proveniente das tarefas domésticas, além das empresariais.

Em relação aos diversos papéis que as mulheres desenvolvem e os desafios inerentes ao fazer feminino, revelaram-se os diversos afazeres que elas desempenham na sociedade, tendo que os interrelacionarem com os trabalhos administrativos:

E1: “Mae, filha, irmã, Atletas amadora, CEO, Diretora associação comercial, Palestrante e Namorada. **Viva o psiquiatra.**”

E2: “Eu sou casada, tenho um filho pequeno, eu tinha saído de um emprego e engravidei. [...] Durante a segunda graduação eu fui convidada para esse novo negócio, então eu tinha uma faculdade nova, um filho novo, e uma função nova, tudo pra conciliar.”

E3: “Empreendedora e Professora, atuando como professora na Unochapecó, em alguns momentos é difícil conciliar a rotina, principalmente”

E4: “Durante o tempo que tive minha empresa, tive que conciliar o papel de ser empreendedora, socia e noiva. E foi um desafio muito grande conciliar todos esses papéis.”

E5: “Sim, vários. Além de analista CLT, professora universitária, empreendedora [...] eu ainda sou fazendeira. E o **desafio de conciliar vários papéis está sendo ok, porque cada dia que passa eu aprendo mais.** [...] Antes eu me cobrava muito em todos os papéis, em ser perfeita em todos [...] entendi que ninguém é perfeito, independente de ser homem ou mulher. (...)Hoje quando algo não dá certo, eu penso que fiz o que estava ao meu alcance, e o segredo é se cobrar menos, ver e trabalhar as nossas limitações.”

E6: “Consultora, estudante, bolsista, voluntária, dona de casa, filha, sobrinha, prima. O grande desafio é gerenciar tempo e emoções, as demandas de cada papel são distintas e muitas vezes transcendem as planilhas de gestão de tempo e recursos financeiros, requer mais inteligência emocional.”

E7: “Então todas nós tivemos que conciliar escola, vestibulares e os negócios. [...] Além disso a gente teve que conciliar o papel de confinadas, que complicou 100 vezes todo o processo.”

As diversas facetas demonstradas nas palavras dessas mulheres empreendedoras revelaram as articulações e atributos pessoais que elas precisam contrabalancear para obterem êxito na execução das diversas tarefas impostas, quer sejam pessoais/domésticas ou inerentes ao mundo dos negócios (JONATHAN, 2011; MELO, LOPES E RODRIGUES, 2016).

Os entraves quanto às questões financeiras e concessões de crédito puderam ser constatados apenas nas respostas de 3 respondentes: (E1) “Minha empresa não tem garantias reais, não existe linha de crédito específica”; (E3) “Não, tivemos oportunidades através de programas e investidores”; (E6) “Sim. Devido ao fato de não ter um CNPJ vinculado o acesso a editais e programas de fomento são mais difíceis”.

Frente ao exposto, Fay e Williams (1993) estão certos quanto à dificuldade de crédito para mulheres, inclusive essa característica foi citada por uma das empreendedoras.

Já em relação ao setor tecnológico ser predominantemente masculino, ressalta-se que a acumulação de tarefas e a conciliação com os negócios foi um aspecto mencionado por Nogueira (2001), quando retrata que as novas organizações de trabalho feminino ainda não levam em conta um traço do patriarcado ainda recorrente, em que somente à mulher são reservadas as tarefas domésticas de cuidar da casa e dos filhos. Em contrapartida, no entender dos autores Jonathan (2011) e Melo, Lopes e Rodrigues (2016), a articulação de atributos pessoais com as



responsabilidades de gerência da empresa e da família **também** podem ser canais para o êxito que muitas têm em seus negócios.

Nesse viés, a questão de o setor tecnológico ser ou não predominantemente masculino, todas responderam que sim, com a ressalva de que dos anos 2 mil para cá esse cenário vem mudando: “Eu acho que de 2000 pra trás era bem pior, mas teve uma mudança muito grande de mentalidade” (E4), “hoje eu vejo que está mudando (E5). De um tempo pra cá eu consigo enxergar essa evolução”. Uma das empreendedoras pontua sobre as formações nas áreas de exatas corroborarem no nível de participação masculina no setor, validando o estudo de Rocha (2005).

E6: “O setor tecnológico está muito atrelado com as formações na área das exatas, que basicamente tem uma presença muito forte do público masculino, culturalmente as mulheres não foram incentivadas para atuar nesses setores.”

A questão da desigualdade salarial é um ponto abordado por três empreendedoras a fim de elucidar a menor participação das mulheres nesse setor:

E7: “Mesmo nas áreas que as mulheres são a maioria, os grandes cargos são ocupados por homens. E isso piora muito quando a gente vai ver a diferença salarial que existe, principalmente no meio tecnológico.”

E8: “[...] mesmo os dois ocupando o mesmo cargo, a pretensão salarial das mulheres ainda é cerca de 22% abaixo das dos homens.”

E9: “[...] algumas acabam até desistindo de entrar na área, porque ninguém vai querer estar ali fazendo o mesmo trabalho com a mesma carga que outra pessoa e estar recebendo menos.”

Ao se mencionar a desigualdade de participação de homens e mulheres no setor tecnológico, todas foram unânimes em responder que sim, com as seguintes exemplificações:

E2: “tenho colegas de área que realmente acreditam que não existe discriminação/preconceito. Outros percebem mas não faz diferença para eles.”

E4: “a participação de homens e mulheres é desigual. A quantidade de homens é absurda na área de tecnologia e tem muita pouca mulher. E tem mulheres que as vezes se sentem intimidadas.”

E5: “As pessoas, eu acredito, que elas têm essa consciência. Aquelas pessoas que tem coragem de falar sobre são a minoria, e quando elas falam a gente é um pouco abafada por conta desse tal de “mi mi mi”. E tem aquelas pessoas que sabem que é desigual e ignoram”

E6: “Acredito que há vários níveis de conscientização sobre essa questão. Há muito que ser feito, um verdadeiro letramento sobre igualdade de gênero, diversidade e inclusão.”

E8: “Acreditamos que os profissionais e as empresas tem sim conhecimento dessa desigualdade e praticam isso mesmo que seja inconscientemente”.

As desigualdades, segundo as entrevistadas, perpassam pelas questões do preconceito, da discriminação, intimidação, o conhecimento explícito, mas a fala velada que há exclusão e desigualdade entre os gêneros, somado ao que já foi exposto por Gandra (2018), e referendado pelos índices apontados pelo IBGE, que mencionam as diferenças que vão além dos dispostos neste trabalho, como sociais e educacionais.

Em se tratando da luta cotidiana das mulheres em empreender, cinco das entrevistadas (E5, E6, E7, E9) mencionaram a questão do gênero como preponderante para as lutas diárias: “Sim”, “Com certeza”. Sendo que 4 delas, afirmaram que mulheres precisam se esforçar muito mais do que o gênero oposto para conseguir os mesmos cargos e reconhecimento.

E5: [...] as vezes temos a impressão de que quando a gente fala que um homem está empreendendo é muito maior a credibilidade do que quando falamos de uma mulher empreendendo. [...]a mulher precisa primeiro provar que ela sabe para depois trabalhar. Então a nossa luta diária é essa prova constante do nosso saber, da nossa capacidade. E as vezes, um homem chegando no mesmo local pra desempenhar essa atividade, ele não precisa provar nada. [...] ela provar que sabe pra depois fazer, acho que isso é cansativo.”

E6: Mulheres além de possuir duplas, triplas jornadas, enfrentam discriminação pelo simples fato de ser mulher, além das desigualdades existentes para assumir cargos de lideranças. [...] O sentimento que tenho que preciso ser melhor **10 vezes melhor, gerar mais resultados que os homens em seus negócios para que eu consiga ter voz e credibilidade.**”

E7: “E isso é algo que “tá” estruturado na nossa sociedade.”

E8: “Por exemplo, eu desde que me conheço por gente, eu vejo que as mulheres têm que lutar o dobro pra conseguir o mesmo ou até um cargo mais baixo que os homens.”

E9: “[...] **Então a mulher tem que trabalhar, estudar e mostrar ser dez vezes melhor que o homem pra ocupar o mesmo cargo.**”

A partir das respostas dadas pela maioria das entrevistadas, percebe-se que elas têm essa consciência do que representa a questão das diferenças do gênero no mundo dos negócios. Isso foi ressaltado por Rocha (2005), quando ele afirma que tradicionalmente a ciência e a tecnologia foram tidas como ofícios predominantemente masculinos, principalmente no que diz respeito à área de exatas, relacionada às engenharias e à informática.

No questionamento sobre as possíveis inseguranças ao abrir um negócio na área tecnológica, as respondentes foram enfáticas ao responderem que a insegurança advém de outras questões, mas não por ser especificamente nessa área: “forma de captar clientes”; “por empreender, o risco, as possibilidades”; “eu sempre fui muito confiante”; “estabilidade que as pessoas sempre falam que a mulher precisa ter”. E quatro respondentes falaram sobre a síndrome da impostora e inseguranças a respeito das suas competências para desempenhar o papel de empreendedora:

E5: “Acho que a maior delas foi sobre minhas competências, senti muito forte a síndrome do impostor, aliás, é uma luta diária para combatê-la, enfrentando o medo da exposição e ser considerada uma fraude.”

E8: “E hoje a síndrome da impostora, infelizmente, é muito comum entre as mulheres. E quando ela vem acompanhada da pressão que a sociedade impõe que a gente não participe de certas coisas e não esteja em certos lugares que não são nossos, atrapalha muito. [...]”

Nesse sentido, não encontramos respaldo nos autores citados neste trabalho, visto que eles mencionaram fatores externos como inflação, impostos, conhecimento de mercado e recursos financeiros (CAMARGO, LOURENÇO, FERREIRA, 2018; MACHADO *et. al.*, 2016), enquanto que na perspectiva das respondentes, elas estão realmente preocupadas com as exigências empreendedoras que elas precisam ter para vencer no papel de ser mulher em um meio quase que totalmente masculino (síndrome da impostora), não por seus negócios serem na área tecnológica ou não.

Ao trazer a abordagem sobre os modelos e inspirações das mulheres, muito comuns no meio empresarial, todas disseram que têm ou já tiveram referências que as influenciaram, inclusive a E5, que disse ter ela mesma como inspiração: “Eu acho até ruim falar isso, porque é tão escasso ter uma mulher na tecnologia que eu acabei pegando por referência a minha visão de mim mesma lá na frente”, demonstrando que a autoestima também é um canal motivacional para se empreender na condição de mulher.

De acordo com as respondentes, elas tiveram referências femininas como inspiração para empreender no ramo tecnológico refutando o que Orser, Riding e Stanley (2012) relataram ao afirmarem que maioria dos desafios encontrados pelas mulheres são decorrentes do gênero e da falta de referências femininas no ramo, e que podem lhes auxiliar e serem mentoras na resolução desses problemas.

Em referência às redes de networking, elas mencionaram que sim, que ajudam e são relevantes para os negócios, sendo que entre elas, 3 mencionaram que: “Ele é múltiplo, eu tenho contato de tudo quanto é tipo”; “Programa WE Ventures”; “Na she’s tech”. Três empreendedoras destacam a importância da participação nos eventos voltados para esse público e mercado, afirmando que conhecer empreendimentos tecnológicos geridos por mulheres vislumbra uma maior representatividade:

E7: “Temos sim, principalmente após a nossa participação na competição tecnologia.”

E8: “[...] E conhecer tantos empreendimentos diferentes gerenciados por mulheres foi extremamente importante pra gente ver essa representatividade. E a gente quer isso, que as mulheres se sintam representadas onde quer que elas forem.”

E9: “[...] ver mulheres inspirando e servindo de inspiração pra outras mostrando que o nosso lugar é onde a gente quer que seja.”

O que se percebeu quanto à necessidade de manterem as redes de contato, a unanimidade de respostas ressoou positivamente quanto ao que foi exposto por Hampton, McGowan e Cooper (2011) quando mencionaram a necessidade de um modelo e da mulher entender a importância de se desenvolver uma rede de networking para trocar experiências, informações e dicas, mas que sejam de qualidade e existam características como: empatia, confiança, diversidade de gênero e de tipos de empreendimentos.

Para a empreendedora que fechou a empresa, foi questionado o motivo do encerramento do negócio e também se ela tem pretensão de empreender novamente<sup>3</sup>, o que pode ser observado em sua resposta:

E4: “éramos da área de T.I. e junto com ele eu resolvi abrir uma empresa. [...] as relações eram incríveis, com o cliente, o trabalho era legal, mas o que desgastou mesmo foi o meu relacionamento com o meu ex noivo. Eu acho que os perfis nossos de trabalho não bateram muito, éramos ótimos como noivos e namorados, mas na hora de trabalhar junto 24 horas por dia, acabou que foi desgastando a relação e ficou muito difícil de manter as coisas”.

Já em relação a empreender novamente, a resposta da E4 foi que ela ainda não desistiu de ser empreendedora:

E4: “Eu não desisti do empreendedorismo, eu pretendo empreender. Eu atuo em outros projetos em startups, projetos paralelos ao meu trabalho hoje, mas atuo mais por amor mesmo para ajudar os meus amigos. [...] Então eu sempre tenho essa pegada de empreender, criar coisas, eu tenho várias ideias, e apesar de ter um emprego fixo como CLT, sendo especialista numa área específica no banco hoje, eu tenho projetos paralelos.”

Outro ponto a se destacar, como pôde ser observado no relato dessa empreendedora quanto às questões de nível pessoal, Nassif, Andreassi e Tonelli (2016) afirmam que os fatores afetivos são mais recorrentes nos empreendimentos femininos do que os fatores profissionais, ocasionando até mesmo separações, demonstrando que a questão emocional dessas relações influencia fortemente os negócios.

Isto posto, esse bloco de questões, que compôs a categoria 3, corroborou com nosso entendimento acerca das dificuldades encontradas pelas mulheres no que concerne ao gênero como

---

<sup>3</sup> Destaca-se que a necessidade de fazer esses questionamentos surgiu durante a entrevista, por isso eles não constam no Quadro 2, apresentado nesta pesquisa.

dificultador da atuação da mulher empreendedora no Brasil (JONATHAN, 2011), mas a autora ressalta que esse número é crescente e que a dicotomia de gênero eleva as características femininas como fatores determinantes de gestão de empreendimentos na área da tecnologia.

Em acréscimo, o fato do mundo tecnológico ser predominantemente masculino, que segundo Dautzenberg (2012) é devido à existência de um hiato de gênero no mercado tecnológico, provenientes do contexto educacional e de poder aquisitivo, observou-se que, segundo as pesquisadas, isso é uma realidade que vem se modificando, corroborando o que Jonathan (2003) ressaltou, ou seja, que o número de mulheres que empreendem no mercado tecnológico é crescente.

Outro ponto importante, percebido nesta pesquisa, é que de forma complementar e diferentemente do ocorre com os homens, para as mulheres empreendedoras a flexibilidade de horários e relações de trabalho mais humanizadas são razões que as impulsionam a desejarem ser seus próprios patrões (BODEN JÚNIOR., 1999 *apud* JONATHAN, 2011).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Depreende-se deste estudo que a evolução e fortalecimento das questões da luta feminina nos âmbitos político, social, acadêmico e relativos aos mercados de trabalho, entre eles o do empreendedorismo tecnológico, têm sido bastante expressivos – o que não significa que ainda não se imponha à mulher julgamentos de inferioridade em relação aos homens, recebendo, por exemplo, menores salários e que ainda sofram em relação ao conservadorismo ainda arraigado na sociedade.

Em contrapartida, um ponto crucial abordou a vertente de que empreender, para as mulheres, é progredir em um mundo muitas vezes machista e excludente, o que pode servir também como um impulso motivacional para lançá-las em maiores conquistas pessoais e profissionais, o que corrobora a resposta da questão desta pesquisa. Ou seja, que a dissociação dos gêneros dispõe que as características próprias de gerenciamento, quando combinadas com atributos intrínsecos ao universo feminino, definem um estilo próprio de gestão, posto que elas tendem a traçar objetivos claros e conseguem manter estruturas simples de trabalho por meio da colaboração e integração dos funcionários.

Quanto aos objetivos da pesquisa, que giraram em torno da perspectiva de entender como e por que as mulheres empreendem na área tecnológica, ao mesmo tempo que lidam com os

obstáculos impostos pelo gênero, suas trajetórias e desafios; observou-se que a literatura ainda mantém um recorte nos aspectos pessoais da mulher ou na forma como elas conduzem os negócios, mas vêm se intensificando estudos relacionados ao meio tecnológico no mundo empresarial feminino.

Observou-se, também, que dentre alguns fatores que motivam a mulher a empreender, apesar de haver estudos que dizem o contrário (EZZEDEEN; ZIKIC, 2012), constatou-se, nesta pesquisa, que várias delas têm sim em quem se espelhar, inclusive na própria condição de ser mulher no contexto atual e conseguir se sobressair em um mundo notadamente masculino, que é o tecnológico.

Na consecução das entrevistas, apesar das dificuldades apresentadas diante do contexto da pandemia da Covid-19, foi possível constatar as principais áreas de atuação das mulheres empreendedoras na esfera tecnológica, que são: criação de softwares, TI e desenvolvimento de aplicativos e sites, demonstrando o engajamento das mulheres em setores como ciência, engenharia, tecnologia e matemática, o que demonstrou o quanto elas estão se qualificando no meio acadêmico por meio de cursos *lato sensu* e *strictu sensu* e iniciando seus negócios cada vez mais cedo, na faixa de 30 anos de idade.

Percebeu-se, também, que entre as várias as motivações que levam as mulheres a buscar o campo tecnológico para seu espectro empresarial, está a busca por inovação, habilidade importante para quem quer realmente se dar bem como empreendedora. Outro ponto que precisa ser enfatizado, foram as características femininas que as auxiliam a empreender, e que resumem bem a intenção e objetivos deste estudo: “acesso a uma boa educação; perseverança, organização e força de vontade; liderança, embasamento acadêmico, respaldo técnico; determinação, curiosidade, não ter medo de arriscar; perfil realizador, executar, perfil diplomático; persistência, comprometimento, busca de informações, persuasão; habilidade de comunicação; saber lidar com as pessoas; me doar 100% pra qualquer projeto”.

Outro ponto importante percebido nesta pesquisa, é que de forma complementar e diferentemente do ocorre com os homens, para as mulheres empreendedoras a flexibilidade de horários e relações de trabalho mais éticas são razões que as impulsionam a desejarem ser seus próprios patrões.

Outrossim, tem-se que a participação empreendedora das mulheres no mundo tecnológico constitui-se um paradoxo, visto que apesar dos casos de sucesso apresentados, ainda é desafio acentuado se e quando observado pelo prisma do gênero, posto que mesmo com as facilidades advindas dos avanços tecnológicos, ainda são reservadas somente às mulheres as tarefas domésticas de cuidar da casa, dos filhos e ainda se dedicar à empresa sem envolver as questões pessoais, o que conforme exposto neste trabalho, influencia fortemente os negócios.

No que tange ao questionamento criado no início dessa pesquisa, as mulheres empreendedoras na tecnologia lidam bem com os desafios inerentes ao gênero. Pois encaram os percalços do cotidiano numa perspectiva positiva ao enxergar as mudanças que estão ocorrendo no setor em termos de percentual da presença feminina, no aumento da representatividade para outras mulheres, e até mesmo, vislumbram a adversidade como combustível motivacional para irem além.

Ainda assim, é notório o crescimento de iniciativas que movimentam o ecossistema feminino na tecnologia e corrobora para o aumento da participação do gênero no setor. Além de eventos como o “She’s Tech” terem sido cruciais para acessar as mulheres empreendedoras para a execução do trabalho, iniciativas como: “MariaLab”, “Programaria”, “Reprograma” “WomenWoCode”, “UberHub Mulher” e “Rede Mulher Empreendedora” são essenciais para fomentar e trazer a representatividade feminina, mudando a cara e os paradigmas criados à volta da mulher empreendedora e a tecnologia.

Para a execução deste trabalho, foram encontradas dificuldades para identificar mulheres que se encaixassem no perfil necessário para a pesquisa, e considerando essa dificuldade e o espoco singelo de mulheres que foram entrevistadas, o trabalho não representa a realidade de todas as empreendedoras no setor.

Tais questões abordadas tornam-se um campo fértil para análises posteriores. Diante disso, sugerimos uma nova pesquisa, que permita avaliar o desenvolvimento desses negócios que estão hoje em fase inicial, a fim de entender quais os percalços e a evolução dessas empreendedoras. Ultrapassando as limitações desse estudo, relacionadas à amostra e ao nível de maturidade do negócio e explorando com mais profundidade o contexto das mulheres e dos seus empreendimentos no longo prazo.

Por fim, espera-se que a partir dos resultados desta pesquisa se perceba que a luta das mulheres por melhores condições de trabalho, salário, reconhecimento e maior participação à frente

das empresas, é um bom negócio para todos, pois elas (também) movem a roda da economia, gerando empregos e renda que sustentam várias famílias neste Brasil tão desigual e ainda tão machista.

## REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

ALMEIDA, I. C.; ANTONIALLI, L. M.; GOMES, A. F. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/307707726\\_Comportamento\\_Estrategico\\_de\\_Mulheres\\_Empresarias\\_Estudo\\_Baseado\\_na\\_Tipologia\\_de\\_Miles\\_E\\_Snow](https://www.researchgate.net/publication/307707726_Comportamento_Estrategico_de_Mulheres_Empresarias_Estudo_Baseado_na_Tipologia_de_Miles_E_Snow). Acesso em 6 dez. 2020.

ASSIS, A. P. **Mulheres em tecnologia**: Uma carreira em ascensão. O Estadão, São Paulo, 20 mar. 2018. Caderno de economia.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2014. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>. Acesso em 14 dez.2020.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BARNIR, A. Starting technologically innovative ventures: reasons, human capital, and gender. **Management Decision**, [s.l.], v. 50, n. 3, p.399-419, 23 mar. 2012. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/00251741211216205>.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Zahar, 2008.

BERGER, E.; KUCKERTZ, A. Female entrepreneurship in startup ecosystems worldwide. **Journal of Business Research**, [S. l.], v. 69, p. 5163 - 5168, 1 nov. 2016. Disponível em: ScienceDirect. Acesso em: 2 set. 2019.



BODEN JÚNIOR., R. J. Flexible working hours, family responsibilities and female employment: gender differences in self-employment selection. **The American Journal of Economics and Sociology**, 58 (1), 71-83, 1999.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. **Aprendendo a entrevistar**: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. Em Tese, Florianópolis, v. 2, n. 1, p.68-80, jan. 2005.

BRASIL/MMIRDH. **Revista Observatório Brasil da Igualdade de Gênero**. Ano V – nº 7. Brasília: Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos, dezembro, 2015. 73 pg. Disponível em: <http://www.observatoriodegenero.gov.br/menu/publicacoes>. Acesso em: 30 out. 2020.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Nacional de Políticas para Mulheres. **Relatório Anual Socioeconômico da Mulher**. 1ª impressão. Brasília: Secretaria Nacional de Políticas para Mulheres, abril, 2015. 227p.

BULGACOV, Y. L. M., et al. **Atividade empreendedora da mulher brasileira: Trabalho precário ou trabalho decente?** *Psicol. Argum.*, Curitiba, v. 28, n. 63, p. 337-349 out./dez. 2010.

CAMARGO, R.; LOURENÇO, M. L.; FERREIRA, J. M. Entrepreneurial Women in Brazil: What Are Their Fears? **Review of Business Management**, [s.l.], v. 20, n. 2, p.178-193, mar. 2018. FECAP Fundação Escola de Comercio Alvares. <http://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v20i2.3578>.

CRAMER, L. et al. Representações Femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE**, v. 1, n. 1, jan/abril de 2012. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/14>. Acesso: 14 dez. 2020. DOI: 1014211

DANTAS, E. B. **Empreendedorismo e Intra-empreendedorismo**: É preciso aprender a voar com os pés no chão. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 1, p. 1-23, 2008.

DAUTZENBERG, K. Gender differences of business owners in technology- based firms. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, Vol. 4 No. 1, pp. 79-98, 2012.

DEL PRIORE, M. **Ao sul do corpo**: condição feminina, maternidade e mentalidades no Brasil Colônia. 2. ed. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. Ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

EZZEDEEN, S.R.; ZIKIC, J. Entrepreneurial experiences of women in Canadian high technology. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 44-64, 1 jan. 2012. Disponível em: [www.emeraldinsight.com/1756-6266.htm](http://www.emeraldinsight.com/1756-6266.htm). Acesso em: 2 set. 2019.

FAY, M.; WILLIAMS, L. Gender bias and the availability of business loans. **Journal of Business Venturing**, vol. 8, issue 4, 363-376, 1993.

FORMICA, P. (2000). Inovação e empreendedorismo. Um ponto de vista do contexto italiano das PME. In: Instituto Euvaço Lodi. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte.**

GANDRA, A. **IBGE: mulheres ganham menos que homens mesmo sendo maioria com ensino superior.** Agência Brasil: Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-03/ibge-mulheres-ganham-menos-que-homens-mesmo-sendo-maioria-com-ensino-superior>. Acesso em: 07 dez.2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

GEI– Global Entrepreneurship Index. **The Global Entrepreneurship Index** (2018). Disponível em: <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>. Acesso em: 23 mai. 2019.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Livro Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo** (2017). Disponível em: <https://ibqp.org.br/gem/download/>. Acesso em: 22 ago. 2019.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Livro Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo** (2018). Disponível em: <https://ibqp.org.br/gem/download/>. Acesso em 22 ago. 2019.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo** (2019). Disponível em: <https://ibqp.org.br/gem/download/>. Acesso em 10 mai. 2020.

GOLIN, K. **Mulheres do informal: Sentidos de empoderamento e empreendedorismo na venda direta** / Kamilla Golin -- Dourados: UFGD, 2018. 189f. : il. ; 30 cm. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Federal da Grande Dourados.

HAMPTON, A.; MCGOWAN, P.; COOPER, S.. Developing quality in female high- technology entrepreneurs' networks. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, [s.l.], v. 17, n. 6, p.588-606, 27 set. 2011. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/13552551111174684>.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Revista Psicologia Clínica**. Rio de Janeiro, vol.23, n.1, p. 65 – 85, 2011.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: **EGEPE – encontro de empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**. 3., Brasília. Anais... Brasília, UEM/UEL/UnB, 2003, p. 41-53, 2003.

MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: Encontro nacional da associação nacional de pós-graduação e pesquisa em administração, 23, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 1999.

- MACHADO, H. P. V. *et al.* Women entrepreneurs: reasons and difficulties for starting in business. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 15-38, June 2016. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-69712016000300015&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712016000300015&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 18 set. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n3p15-38>.
- MARTIN L.; WRIGHT L.; BEAVEN Z.; MATLAY H. An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors. **Internacional Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, vol. 21, issue 4, p. 539 – 556, 2015.
- MELO, M. C. O. L.; LOPES, A. L. M.; RODRIGUES, R. B. Gênero Feminino no Empreendedorismo de Sucesso em Minas Gerais: Estudo de Casos. **Revista Organizações em Contexto**, v. 12, n. 23, p. 143-172, 2016.
- MELO, A. Os fatos históricos que marcaram as conquistas das mulheres. **Revista Escola**, mar.2013.
- MERRIAM, S. **Qualitative research: a guide to design and implementation**. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.
- MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001. Disponível em: [http://www.faed.udesc.br/arquivos/id\\_submenu/1428/minayo\\_\\_2011.pdf](http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/1428/minayo__2011.pdf). Acesso em: 14 dez. 2020.
- MORSHERED, F.; HAQUE, E. Impact of women entrepreneurship on women empowerment in Bangladesh. **World Journal of Current Management Research**. Vol. 1, nº 1, may 2015, pp. 1-14. Disponível em: [http://www.wjcmr.com/WJCMR\\_Vol.%201,%20No.%201,%20May%202015/IMPACT.Pdf](http://www.wjcmr.com/WJCMR_Vol.%201,%20No.%201,%20May%202015/IMPACT.Pdf). Acesso: 26 mar. 2020.
- NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; TONELLI, M. J. Critical incidents among womwn entrepreneurs: Personal and professional issues. **Revista de Administração**, v. 51, n. 2, p. 212–224. 2016. Business Department, School of Economics, Business & Accounting USP. <http://dx.doi.org/10.5700/rausp1235>.
- NOGUEIRA, C.. Feminismo e discurso do gênero na psicologia social. **Psicologia & Sociedade: revista da Associação Brasileira de Psicologia Social**, 2001. 107-128
- OLIVEIRA, R. R. **Empreendedorismo feminino no brasil e sua relação com variáveis econômicas e sociais**. Dissertação do Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), 2017.
- ORSER, B; RIDING, A; STANLEY, J. Perceived career challenges and response strategies of women in the advanced technology sector. **Entrepreneurship & Regional Development**, [S. l.], v.

24, n. 1-2, p. 73-93, 1 jan. 2012. DOI 10.1080/08985626.2012.637355. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985626.2012.637355>. Acesso em: 6 set. 2019.

PROBST, E. R.; RAMOS, P. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Santa Catarina: Instituto Catarinense de Pós-Graduação, 1-8, 2003.

RANGA, M.; ETZKOWITZ, H. Athena in the World of Techne: The Gender Dimension of Technology, Innovation and Entrepreneurship. **Journal of Technology Management & Innovation**, Santiago, v. 5, n. 1, p. 1-12, jun. 2010.

ROBBINS, S. P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ROCHA, C. T. C. **Gênero em ação: rompendo o teto de vidro? novos contextos da tecnociência**. Florianópolis, 2005. 244 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas.

SANTOS, C. M. M.; CARVALHO NETO, A. M. O Papel da Família na Trajetória Profissional de Mulheres Executivas e Empreendedoras. **Revista Alcance**, v. 24, n. 1, p. 36-49, 2017.

SILVA, R. V. **Maternidade e mercado de trabalho – avanços possíveis**. Boletim Legislativo nº 42, de 2016. Senado Federal – Núcleo de Estudos e Pesquisas da Consultoria Legislativa. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-deestudos/boletins-legislativos/bol42>. Acesso: 26 mar. 2020.

TECNOLOGIA. In: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/risco/>. Acesso em: 16 dez. 2020.

VALENCIANO SENTANIN, L. H.; BARBOZA, R. J. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**. Garça/SP, ano 5, n. 9, p. 1-9, 2005.

WHEADON, M.; DUVAL-COUEIL, N. Token entrepreneurs: a review of gender, capital, and context in technology entrepreneurship. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 31, n. 3-4, p.308-336, 23 dez. 2018. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2018.1551795>.

XIE, X.; LV, J. Female technology entrepreneurs: resource shortages and reputation challenges – a view of institutional support. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 14, n. 2, p. 379-403, 8 jun. 2017. DOI 10.1007/s11365-017-0450-y. Disponível em: <https://link.springer.com>. Acesso em: 8 set. 2019.