

MULHERES NO SETOR TECNOLÓGICO: A ATITUDE EMPREENDEDORA TRANSPONDO BARREIRAS

Mariana Novaes Bueno de Macedo

Karina Regina Balanco Roxo

Ângela Furlan

Marina Araújo Curvelo Soares

Vânia Maria Jorge Nassif (Orientadora)

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de identificar se o ingresso de mulheres em incubadoras tecnológicas está relacionado à sua atitude empreendedora. A pesquisa exploratória permitiu entender o fenômeno e descobrir idéias e dados de forma flexível, através do método qualitativo. Esta pesquisa elegeu a entrevista e para tanto, foi elaborado um roteiro aberto que contemplou as principais variáveis de investigação que norteou a coleta de dados. A coleta de dados foi realizada pessoalmente, através de entrevistas no próprio CIETEC, com a amostra composta de seis mulheres líderes de projetos. Os dados foram tratados à luz da análise de conteúdo e elegeram-se grupos de respostas em categorias. Os resultados da pesquisa revelaram que: a maioria das entrevistadas tem entre 40 e 50 anos; todas são formadas; o trabalho profissional antes da incubadora é uma realidade para a maioria delas; cada entrevistada teve uma motivação diferente para empreender, desde uma oportunidade até o desejo de tornar realidade um projeto já existente; as principais influências recebidas foram derivadas da família e amigos; no quesito preconceito, todas acreditam que hoje em dia é inexistente ou muito menos intenso se comparado com antigamente; são diversas as motivações, de acordo com as entrevistadas, para ingresso no setor tecnológico, tais como: gosto, diversão e desafio; para se obter diferenciação no setor tecnológico, a pesquisa e a inovação são fundamentais; todas as entrevistadas reconhecem o incentivo das incubadoras, tais como apoio, amparo e credibilidade. A pesquisa realizada demonstrou que determinadas atitudes, eleitas como as mais importantes para empreender, realmente influenciam no ingresso de mulheres no setor tecnológico. Algumas características como coragem, otimismo, equilíbrio e autoconfiança podem auxiliar a lidar nos momentos de dificuldades.

Palavras-Chave: gênero; atitude empreendedora; incubadora tecnológica.

INTRODUÇÃO

A criação de negócios é uma das causas da prosperidade das nações. Com ela, inova-se, geram-se oportunidades, empregos e riquezas. A existência de indivíduos dispostos aos riscos de empreender é um dos pilares do desenvolvimento econômico. Captar, descrever e analisar o fenômeno do empreendedorismo é, portanto, fundamental para o desenho de ações de promoção do progresso e do bem-estar. Há pouco tempo atrás as mulheres eram tratadas como meras donas-de-casa, não podendo trabalhar fora, sendo discriminadas as que tentavam ganhar seu sustento independentemente. Aos poucos as mulheres foram conquistando seus direitos frente aos homens, com muita luta e persistência. Nos dias de hoje a mulher tem se destacado no mercado de trabalho, ocupando cargos estratégicos e de grande importância, porém ainda existe a discriminação no tocante ao salário.

Segundo o Estudo Nacional de Empreendedorismo, concluído pelo SEBRAE em Julho de 2005, existem no Brasil 6,3 milhões de mulheres empreendedoras, contra 6,7 milhões de empreendedores do sexo masculino. O número de mulheres a frente dos negócios cresce numa velocidade maior que o número de empreendedores homens: elas já somam 34,7% dos trabalhadores autônomos no Brasil.

A pesquisa aponta que as mulheres estão começando a valorizar as suas capacidades de forma mais ampla, redescobrando seu potencial e com isso buscando suas realizações.

Além de se destacar como colaboradora, a mulher tem tentado a sorte como empreendedora, abrindo diversos tipos de negócios. Atualmente o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) premia as mulheres empreendedoras anualmente através do “Prêmio Mulheres Empreendedoras”, despertando desta maneira a empreendedora existente dentro de cada mulher. Este assunto tem inquietado o grupo de pesquisa em questão, sendo um tema estimulante e com possibilidades de investigação e descobertas. Assim, esta pesquisa teve como objetivo conhecer as mulheres empreendedoras incubadas no setor de tecnologia e verificar a relação existente com a atitude empreendedora. Este tema vem suscitando indagações pelos pesquisadores, com o interesse de conhecer a realidade da mulher empreendedora neste setor. Questões como, o quê as levou a abrir seu próprio negócio, a decisão de empreender no setor de tecnologia (ocupado usualmente por homens), suas dificuldades, dentre outros aspectos que foram abordados neste trabalho.

PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS

O problema desta pesquisa foi: O ingresso das mulheres em incubadoras tecnológicas está relacionado à sua atitude empreendedora?

Para tanto, teve por objetivo Identificar se o ingresso de mulheres em incubadoras tecnológicas está relacionado à sua atitude empreendedora.

Os objetivos específicos deste trabalho foram:

- Conhecer as variáveis que contemplam o problema de pesquisa;
- Levantar as empresas incubadas no setor de tecnologia que tenham mulheres na liderança de projetos;
- Levantar informações sobre o mercado das mulheres em incubadoras tecnológicas;
- Identificar a relação existente entre a atitude empreendedora e o ingresso de mulheres em incubadoras tecnológicas;
- Conhecer o perfil das mulheres participantes dos projetos de incubadora;
- Identificar se a atitude empreendedora influencia no ingresso de mulheres em incubadoras tecnológicas.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O estudo do Empreendedorismo no âmbito científico tem sido qualificado como confuso nebuloso e complexo. Esta realidade se dá em função de diversos conceitos e definições encontrados por diferentes autores e, que de certa forma, abordam o tema em diferentes contextos. Encontra-se nos primeiros estudos que a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e assume um significado de alguém que assume riscos e começa algo novo.

Para Schumpeter *apud* Dornelas (2001), o empreendedor deve ser ousado, ativo e arrojado, uma vez que o mesmo deve assumir riscos ao ingressar em mercados desconhecidos, como a criação de novas empresas, serviços e produtos.

Segundo Dornelas (2001), são características do empreendedor:

Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;

Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social onde vive;

Aceita assumir riscos e a possibilidade de fracassar.

Para esse autor, empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.

Souza e Souza (2006) pontuam que geralmente os economistas tendem a vincular empreendedor a inovação, ao lucro e ao plano de negócio da empresa, enquanto que os comportamentais concentram-se nas características criativas, na atitude e no fator motivacional.

Paiva Junior (2006) pontua que o empreendedor pode ser um eixo de desenvolvimento para a geração, expansão e reestruturação de empresas, voltado para a busca e exploração de oportunidades. Na visão de Dollinger *apud* Junior (2006), o empreendedor é um indivíduo que está voltado para a maneira como pode influenciar sua equipe a fazer o que seria útil para a empresa. Ele como um líder deve estar apto a perceber tendências emergentes no ambiente, com diversos tipos de informação e ajustado às percepções e à direção em que caminham as forças ambientais.

Filion (1999) relata que até agora não foi possível estabelecer um perfil psicológico absolutamente científico do empreendedor e que os comportamentos em si podem melhor prever o êxito que eles alcançam na interação com o mercado. Já Kets de Vries *apud* Junior (2006), diz que os empreendedores precisam criar seu próprio ambiente, e sobre o entendimento de que o empreendedorismo parece ser antes e acima de tudo um fenômeno regional, em que o comportamento empreendedor é diretamente afetado por cultura, necessidades e hábitos de uma dada região.

Gimenez & Machado (2000), afirmam que “empreendedorismo é mais bem visto como um comportamento transitório que apresenta muito da situação enfrentada pelo empreendedor”. Assim, empreendedorismo não se trata simplesmente de um conjunto de características de determinados indivíduos, mas de um comportamento que pode ser transitório frente à realidade apresentada pelo indivíduo em questão.

Pesquisadores têm feito tentativas para estruturar e organizar a complexa literatura sobre Empreendedorismo produzida até os dias atuais. Entre esses trabalhos, podem-se destacar duas vertentes do pensamento empreendedor, os economistas e os comportamentalistas que, a partir de seus estudos, desenvolveram algumas definições de empreendedor e empreendedorismo. Para Schumpeter (1982), o empreendedorismo é a busca de novas direções, diferencial competitivo e novas conquistas associados à inovação, na medida em que sua essência está na percepção e aproveitamento de oportunidades de negócio, no desejo de fundar novo empreendimento, de utilizar recursos de uma nova forma, e na alegria de criar, de fazer coisas e de exercitar a energia e a engenhosidade.

O empreendedor é conceituado por Schumpeter (1982) como o agente do processo de destruição criativa, capaz de introduzir o novo e gerar riquezas para um país, o qual é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados.

Max Weber *apud* Souza & Souza (2006), em uma análise comportamentalista, aponta o trabalho ético protestante como um dos fatores motivadores para criar um empreendimento com maior produtividade, diminuição das despesas e aumento da economia, fatores vitais para o crescimento econômico.

A linha de pesquisa comportamental pode ser mais bem compreendida através dos estudos desenvolvidos por McClelland sobre empreendedorismo. Foram apontadas três necessidades pelas quais as pessoas são motivadas e que se encaixam nas descrições do empreendedor na teoria sobre motivação psicológica, desenvolvida por McClelland *apud* Souza & Souza (2006): necessidade de realização, diz respeito às realizações pessoais e é a primeira identificada em empreendedores de sucesso; necessidade de poder caracterizar-se principalmente pela preocupação em exercer poder sobre os outros; necessidade de afiliação, classificada quando há interesse, por parte de uma ou mais pessoas, pelo estabelecimento, manutenção ou renovação de uma relação afetiva positiva com outra pessoa.

Para Dolabela (1999), qualquer pessoa pode empreender desde que tenha capacidade de sonhar e tenha motivação para transformar em realidade seus desejos. Os estudos sobre empreendedorismo, embora não atingiram ainda o status de teoria, vem de longa data.

Para melhor entender o surgimento, bem como sua história, abaixo serão apontados os principais marcos históricos que contribuíram para a evolução dos estudos e pesquisas.

Cunningham & Lischeron (1991), a fim de facilitar a compreensão da base conceitual do empreendedorismo, estabeleceram uma classificação de seis “escolas” de pensamento categorizadas de acordo com o interesse em focar características pessoais, oportunidades, gestão ou adaptação organizacional. São elas: a escola da “pessoa especial”, das características psicológicas, a clássica, do gerenciamento, da liderança, e do intraempreendedorismo.

Outra variável é o trabalho que hoje representa a principal referência para os indivíduos. De acordo com Freitas *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006), as organizações apoderam-se de seus membros sob a garantia de que irão lhes proporcionar amor, reconhecimento, identidade, suprimindo-lhes com todo um aparato que vise minimizar as fragilidades e imperfeições humanas. Com isso se conclui que trabalhar significa existir e a identidade do trabalhador será conferida pela organização a qual está vinculado.

Num primeiro momento, o significado do trabalho para o homem liga-se ao instinto de sobrevivência, o que o leva a aceitar, quaisquer condições que lhes sejam impostas para poder satisfazer tal necessidade instintiva. O trabalho, além de prover a sobrevivência, é um elemento indispensável para o equilíbrio de vida das pessoas, portanto, para encontrar esse equilíbrio é necessário ir em busca de um trabalho que dê sentido de vida, conforme Mendes (2001).

INSERÇÃO DAS MULHERES NO CONTEXTO DO TRABALHO

De acordo com Antunes *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006), está ocorrendo um aumento significativo da força de trabalho feminina, que representa mais de 40% da força de trabalho em diversos países avançados. Segundo o autor, a desigualdade salarial ainda impera, pois o percentual de remuneração das mulheres ainda é bem menor do que aquele auferido pelo trabalho masculino.

Para Carlotto *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006), a entrada massiva de mulheres no mercado de trabalho não significa uma mudança revolucionária em suas vidas, uma vez que continuam responsáveis pelas atividades reprodutivas e pelos cuidados com o lar e os membros da família. Ainda são vistas como as que “ajudam no orçamento familiar” enquanto cabe aos homens o papel de provedor.

Segundo Lipovetsky *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006), as mulheres, por meio da nova cultura do trabalho, exprimem a vontade de conquistar uma identidade profissional plena e, mais amplamente, o desejo de serem reconhecidas a partir do que fazem não mais do que “são por natureza”. O ideal da fada do lar já não tem a unanimidade.

Percebe-se que a diferença entre os homens e as mulheres se estreitou, porém o trabalho feminino ainda não é considerado igual ao do homem. Segundo Wolf *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006), independentemente de serem orientais ou ocidentais; donas-de-casa ou terem empregos remunerados, as mulheres trabalham mais. Embora a mulher tenha um trabalho remunerado em horário integral, ela ainda é a responsável pelo trabalho doméstico não remunerado.

Nogueira *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006) afirma a conotação de que o trabalho e salário feminino são complementares, a fim de auxiliar nas necessidades de subsistência familiar, embora que hoje se saiba que para algumas famílias o trabalho da mulher é imprescindível para o equilíbrio do orçamento familiar, principalmente nas classes populares.

EMPREENDEDORES *VERSUS* EMPREENDEDORAS

Houve um aumento significativo no número de mulheres trabalhando por conta própria, sendo que, atualmente, elas iniciam novos empreendimentos três vezes mais do que os homens. Formando 70% de todos os novos negócios, as mulheres possuem hoje mais de 8,5 milhões de pequenas empresas, que empregam mais de 17 milhões de pessoas, um aumento de 45% desde 1990.

Embora as características de empreendedores e empreendedoras geralmente sejam muito semelhantes, as mulheres diferem em termos de motivação, habilidades empresariais e histórico profissional. Os fatores no processo inicial de um negócio também são diferentes para homens e mulheres.

Quanto à personalidade, existem grandes semelhanças entre empreendedores e empreendedoras. Ambos costumam serem enérgicos, orientados por metas e independentes. Entretanto os homens freqüentemente são mais confiantes e menos flexíveis e tolerantes do que as mulheres, o que pode resultar em estilos administrativos diferentes.

O histórico de homens e mulheres tende a ser semelhante, com a diferença de que a maioria das mulheres é pouco mais velha quando começa seus empreendimentos (de 35 a 40 anos *versus* 25 a 35 anos) e de que seus históricos educacionais são diferentes. Os homens freqüentemente estudam em áreas técnicas ou relacionadas a negócios, enquanto as mulheres quase sempre têm educação em artes liberais. Além disso, muitas proprietárias de empresas já têm filhos adultos que não moram mais em casa ou são solteiras e, como resultado, precisam se preocupar com o seguro do negócio, bem como com o seguro de vida pessoal.

Os grupos de apoio também fornecem um ponto de contraste entre homens e mulheres. Os homens geralmente mencionam conselheiros externos (advogados, contadores) como seus defensores mais importantes, ficando as esposas com o segundo lugar. As mulheres apontam seus maridos primeiro, depois os amigos e, por último, os associados ao negócio. Além disso, as mulheres quase sempre contam com uma série de fontes de apoio e informação, como associações comerciais e grupos de mulheres, ao passo que os homens têm menor probabilidade de contar com tantos colaboradores externos.

Segundo Hirish & Peters (2004), os negócios iniciados por homens e mulheres diferem em termos de natureza do empreendimento. Enquanto as mulheres se mostram mais inclinadas a dedicar-se a áreas relacionadas com serviços, como lojas, relações públicas ou serviços educacionais, os homens voltam-se mais para os setores da indústria, construção ou alta

tecnologia. Os resultados freqüentemente são as empresas menores de propriedade feminina, com menor lucro líquido. No entanto, as oportunidades para as mulheres estão maiores do que nunca. As mulheres estão abrindo empresas em uma proporção maior do que os homens na área de crescimento mais acelerado da economia, a prestação de serviços.

A atitude tem grande influência no desenvolvimento de empreendedores, segundo Ajzen & Fishbein *apud* Souza & Junior (2006), quanto mais favorável à atitude e à norma subjetiva com respeito ao comportamento e maior a percepção de controle comportamental, mais forte deverá ser a intenção individual para desempenhar o comportamento em questão.

HISTÓRICO E CARACTERÍSTICAS

O trabalho de McClelland sobre o desejo identificou características psicológicas que estão presentes nos empreendedores. Ele especificou os três seguintes atributos a partir de sua teoria geral da necessidade de realização, sendo característicos dos empreendedores: (1) responsabilidade individual para resolver problemas, estabelecer metas e atingi-las através de seu próprio esforço; (2) aceitação de riscos moderados como uma função da habilidade, e não do acaso; e (3) conhecimento dos resultados da realização da decisão/tarefa.

Entre os tópicos específicos de pesquisa Henning & Jardim (2004), referente ao ambiente familiar do empreendedor, estão a ordem de nascimento, ocupação e *status social* dos pais e o relacionamento com os pais. Os estudos sobre a ordem de nascimento têm resultados conflitantes, uma vez que Henning & Jardim (2004) constataram que as executivas tendem a ser as primogênitais. Postula-se que o primogênito ou filho único recebe atenção especial, desenvolvendo mais autoconfiança.

Em termos da ocupação dos pais do empreendedor, há fortes evidências de que os empreendedores tendem a ter pais também empreendedores ou que trabalham por conta própria. As empreendedoras relatam mais a ocorrência de pais empreendedores ou autônomos dos que os homens empreendedores.

De acordo com Hirish & Peters (2004), a educação é importante na criação do empreendedor. Sua importância se reflete não só no nível educacional obtido, mas também no fato de que continua a desempenhar um grande papel ao auxiliar a lidar com os problemas que os empreendedores enfrentam. Ainda que a educação formal não seja necessária para iniciar um negócio, ela realmente oferece uma boa experiência, em especial quando tem a ver com a área do empreendimento.

Estudos mostram que o empreendedor tem um conjunto diferente de atitudes quanto à natureza do processo administrativo e quanto aos negócios em geral. A natureza da empresa, senso e oportunidade, instituição e individualidade do empreendedor divergem significativamente da organização burocrática e do planejamento, racionalidade e previsibilidade de seus gerentes. Talvez todos esses traços, não considerados separadamente, façam parte de uma imagem vencedora que permite que o empreendedor crie e promova o novo empreendimento.

Segundo Hirish & Peters (2004), em termos de idade cronológica, a maior parte dos empreendedores inicia sua carreira entre 22 e 45 anos. Embora uma carreira possa iniciar antes ou depois, isso não é tão provável, pois um empreendedor precisa de experiência, apoio financeiro e um alto nível de energia para lançar e administrar um novo empreendimento com sucesso. Apesar de a média de idade ter pouco significado, o início precoce em uma carreira empresarial é melhor do que o tardio.

Para Hirish & Peters (2004), o histórico profissional não pode ser um mobilizador negativo de lançar um novo empreendimento como também desempenhar um papel em seu crescimento e sucesso final.

À medida que o novo empreendimento se estabelece e começa a crescer, a experiência e as habilidades administrativas tornam-se cada vez mais importantes, embora a maioria dos empreendimentos inicie com a administração das próprias atividades e das tarefas de alguns funcionários. Além de experiência administrativa, a experiência empresarial torna-se cada vez mais importante à medida que aumenta a complexidade do empreendimento.

McClelland *apud* Souza & Souza (2006) identificou como principal força motivadora da atitude empreendedora a “necessidade de realização do indivíduo”, ou seja, a vontade humana de se superar e tornar-se diferente, envolvendo características psicológicas e atitudinais como, entre outras, tendência ao risco, iniciativa e desejo de reconhecimento.

Embora as motivações para o empreendedorismo individual variem muito, a razão citada com mais frequência para que alguém se torne um empreendedor é a independência – não querer trabalhar para outros. Essa vontade de ser o próprio patrão é o que leva empreendedores e empreendedoras de todo o mundo a aceitar todos os riscos sociais, psicológicos e financeiros e a trabalhar o grande número de horas necessárias para criar e desenvolver um novo empreendimento com sucesso. Nada menos que a motivação seria suficiente para inspirar o empreendedor a superar todas as frustrações e adversidades. Outros fatores de motivação diferem entre homens e mulheres e variam de país a país.

O PAPEL DAS INCUBADORAS DENTRO DO PROCESSO DE EMPREENDER

O termo “Incubadora” significa um ambiente controlado para amparar a vida. No sentido amplo, as incubadoras são aparelhos destinados a manter temperatura constante e apropriada para o desenvolvimento de ovos e cultura de microrganismos ou de outras células vivas. Em um hospital, o recém-nascido prematuro pode permanecer alguns dias ou semanas numa incubadora que fornecerá um ambiente controlado de modo que seja favorável ao seu crescimento, ao seu desenvolvimento, à sua resistência às doenças e, finalmente, à sua sobrevivência.

No contexto econômico, a definição de incubadora não foge aos exemplos supra citados. Constituem um conjunto de elementos de apoio à criação e desenvolvimento de novas empresas, operadas ou supervisionadas por órgãos públicos, universidades e ou entidades de fomento.

As incubadoras se configuram em uma forma interessante de se tentar diminuir o índice de mortalidade das Micro e Pequenas empresas (MPE's). Segundo dados do SEBRAE, mais da metade das micro, pequenas e médias empresas (56%), fecha as portas até o terceiro ano de vida. Uma pequena incubadora de empresas busca oferecer às pequenas empresas apoio estratégico durante os primeiros anos de vida.

As primeiras incubadoras de empresas surgiram no Brasil na década de 1980 e desde então, o número de incubadoras vêm crescendo sensivelmente. Segundo dados do Anprotec - Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologia Avançada, existem hoje no Brasil cerca de 300 incubadoras espalhadas, número que mal chegava a 10 em 1991. A maioria dessas incubadoras está vinculada a ambientes de universidades ou de institutos tecnológicos.

Com o objetivo de oferecer formação gerencial, as incubadoras freqüentemente estruturam programas de capacitação. São cursos, palestras e workshops que visam oferecer aos empreendedores noções de gestão econômico-administrativa de seu negócio.

As incubadoras constituem ambientes especialmente planejados para acolher empresas nascentes, bem como aquelas que buscam a modernização das suas atividades, de forma a transformar idéias em produtos, processos e ou serviços. O processo de incubação confere às empresas condições favoráveis para detectar tendências, incorporar novidades e acompanhar as mudanças de mercado, principalmente atuando como interface entre o setor acadêmico e

produtivo. As incubadoras oferecem uma formação complementar do empreendedor em seus aspectos técnicos e gerenciais e, além disso, facilitam e agilizam o processo de inovação tecnológica nas MPE's. (Anprotec & SEBRAE, 2006).

As incubadoras em geral oferecem aos empreendedores em potencial um ambiente flexível e encorajador, com apoio em infra-estrutura física (salas, laboratórios, auditórios, bibliotecas, salas de reunião, copa, cozinha, etc.), serviços básicos (telefonias, acesso a Web, recepcionista, segurança, xérox) e suporte empresarial nas diversas áreas (consultoria, capacitação, estratégia, marketing, finanças, tecnologia, jurídica, contábil, RH, entre outras).

Normalmente, no que se costuma chamar de incubadoras fechadas, cada empresa possui o seu módulo, ou espaço privativo de trabalho, constituído de uma ou mais salas pequenas, mais os espaços coletivos a serem utilizados por todos. Nas chamadas incubadoras abertas, as empresas incubadas não precisam estar instaladas no mesmo local.

Existem basicamente três tipos de incubadoras, segundo a Anprotec:

- Incubadora Tradicional: atuam nos setores tradicionais, são geralmente indústrias, como confecções, embalagens, eletro-eletrônicos, plásticos, etc.
- Incubadora de Base Tecnológica: apóia empreendedores que usam a tecnologia como principal insumo. Seus produtos têm alto valor agregado. Representam a maioria das incubadoras existentes no país.
- Incubadora Mista: abriga empresas dos dois tipos acima descritos.

Quanto às empresas vinculadas, existem basicamente três tipos, segundo a Anprotec:

- Empresa incubadora: organização que desenvolve produtos ou serviços inovadores. Está abrigada em incubadoras de empresas, passa por processo de seleção e recebe apoio técnico, gerencial e financeiro de rede de instituições constituída especialmente para criar e acelerar o desenvolvimento de pequenos negócios. Algumas instituições usam o termo empresas residente.
- Empresa graduada: organização que passou pelo processo de incubação e que alcançou desenvolvimento suficiente para ser habilitada a sair da incubadora. Algumas instituições usam o termo empresa liberada. A empresa graduada pode continuar mantendo vínculo com a incubadora na condição de empresa associada.
- Empresa associada: aquela que utiliza a infra-estrutura e os serviços oferecidos pela incubadora, sem ocupar espaço físico, mantendo vínculo formal. Pode ser empresa recém-criada ou já existente no mercado.

A localização numa incubadora é um fator que favorece a definição de estratégias tecnológicas pelas pequenas empresas lá estabelecidas. As incubadoras apresentam-se como instituições de intermediação, cuja finalidade é oferecer condições favoráveis à criação de pequenas empresas, para que estas possam iniciar suas atividades produtivas, oferecer produtos ou serviços novos e fortalecer-se no mercado. Neste contexto, as incubadoras facilitam o acesso a conhecimentos que não poderiam ser desenvolvidos internamente pelas empresas, a identificação de possíveis parceiros industriais para ampliar a capacidade produtiva, a inserção em redes de informações tecnológicas e a aquisição de novas competências de gestão.

Ter um projeto incubado significa ter um negócio com grande potencial de sucesso, que se desenvolve num ambiente propício para que se estabeleça fortalecido no mercado. Segundo dados da Anprotec (2006), 93% das empresas que passam pelo processo de Incubação obtém sucesso no mercado. Além da infra-estrutura oferecida, a própria concepção do sistema de incubação propicia o intercâmbio de idéias e tecnologias entre empresários incubados, que aprendem a importância de compartilhar o mesmo espaço, realizar parcerias e cultivar relacionamentos interpessoais de forma efetiva.

METODOLOGIA

As pesquisas denominadas qualitativas têm como preocupação fundamental o estudo e a análise do mundo empírico em seu ambiente natural. Nessa abordagem valoriza-se o contato direto do pesquisador com o ambiente e a situação que está sendo estudada. No trabalho de campo, os dados são coletados utilizando-se equipamentos como videoteipes e gravadores ou, simplesmente, fazendo-se anotações em um bloco de papel. Para esses pesquisadores, um fenômeno pode ser mais bem observado e compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte. Este trabalho utilizou a pesquisa qualitativa como método de pesquisa para verificar se a atitude empreendedora influencia no ingresso de mulheres em incubadoras tecnológicas.

A marcação das entrevistas foi feita via telefone e *e-mail*, através de uma lista fornecida pelo coordenador do CIETEC, com o total de nove empresas. Dentre elas, foi possível marcar com cinco líderes de projetos, com as quais foi possível conciliar um dia e horário para a realização da entrevista. A sexta entrevistada surgiu de uma indicação de uma empresa, que é parceira de outra em alguns projetos da área educacional.

As entrevistadas demonstraram grande interesse pela pesquisa e foram muito atenciosas quanto às informações solicitadas, se disponibilizaram a prestar maiores explicações para eventuais dúvidas que poderiam surgir durante o trabalho.

No geral, a pesquisa teve boa receptividade por parte das participantes, tendo em vista que as marcações de entrevistas ocorreram sem maiores dificuldades, bem como o desenvolvimento das mesmas e o clima foi sempre de cordialidade e profissionalismo.

A entrevista que desencadeou as demais foi realizada com o Coordenador do CIETEC que se colocou à disposição para responder todas as perguntas, além de colaborar com suas experiências, e, sobretudo, indicar as candidatas em potencial para participar da pesquisa.

Visando preservar a identidade das participantes da pesquisa, doravante as mesmas serão identificadas como: E1, E2, E3, E4, E5, E6.

Com o intuito de complementar as informações obtidas pela pesquisa, foi realizada uma entrevista com o coordenador do CIETEC (Centro Incubador de Empresas Tecnológicas), doravante identificado como CC. Os dados desta entrevista serão utilizados como uma visão complementar e contributiva, juntamente com os dados das entrevistadas.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Perfil do grupo participante da pesquisa: trata-se de seis mulheres das quais três delas são nascidas em São Paulo - Capital. Quanto à faixa etária, três delas tem entre 40 e 50 anos. Estes dados corroboram com os autores Hirish & Peters (2004), que afirmam que a maior parte dos empreendedores inicia sua carreira entre 22 e 45 anos, sendo que a maioria das mulheres é pouco mais velha do que os homens, ao iniciar seus empreendimentos.

A maioria das participantes da pesquisa é solteira e não tem filhos. Ficou constatado que a menor renda percebida gira em torno de oito salários mínimos. Todas possuem formação superior completa, sendo que três delas são engenheiras, duas pedagogas e uma é física. A educação é considerada importante na criação do empreendedor, segundo Hirish & Peters (2004), ainda que a educação formal não seja necessária para iniciar um negócio, ela realmente oferece uma boa experiência, em especial quando tem a ver com a área do empreendimento. A maior parte das entrevistadas alegou serem espíritas.

Os resultados foram tratados em categorias de respostas, gerando muitas informações por meio do relato das experiências pessoais, profissionais, histórias vivenciadas e até mesmo, fatos decorrentes do cotidiano. Esses relatos trouxeram respostas ao problema dessa pesquisa de maneira enriquecedora. A pesquisa qualitativa, trabalhada por meio de entrevista, permite um conhecimento mais estreito da realidade dos envolvidos, uma vez que cada sujeito tem a oportunidade de falar de seus desafios e dificuldades, de suas relações e, sobretudo, de si mesma. De maneira sucinta, estão analisados a seguir.

- A maioria das entrevistadas tem entre 40 e 50 anos;
- Todas as entrevistadas são formadas;
- O trabalho profissional antes da incubadora é uma realidade para a maioria das entrevistadas;
- Cada entrevistada teve uma motivação diferente para empreender, desde uma oportunidade até o desejo de tornar realidade um projeto já existente;
- As principais influências recebidas pelas entrevistadas para empreender foram derivadas da família e amigos;
- Dentre as atitudes mais importantes para empreender, as entrevistadas citaram: pró-atividade, coragem, organização, otimismo, equilíbrio, confiança e controle;
- Uns dos primeiros passos para empreender, de acordo com as entrevistadas, são: planejamento, capital, criação do plano de negócios, idéia de empreender, confiança e conhecimento;
- No quesito preconceito, todas as entrevistadas acreditam que hoje em dia é inexistente ou muito menos intenso se comparado com antigamente;
- O crescente interesse das mulheres pelo setor de tecnologia, segundo as entrevistadas, deve-se às possibilidades proporcionadas e à inovação, que está diretamente ligada a ela;
- As maiores dificuldades para ingressar no setor tecnológico, segundo as entrevistadas, foram escrever o plano de negócios e o trâmite burocrático;
- São diversas as motivações, de acordo com as entrevistadas, para ingresso no setor tecnológico, tais como: gosto, diversão, desafio, TI e poder estar em qualquer lugar;
- Para se obter diferenciação no setor tecnológico, a pesquisa e a inovação são fundamentais, de acordo com as entrevistadas;
- Todas as entrevistadas reconhecem o incentivo das incubadoras, tais como apoio, amparo e credibilidade.

Algumas falas ilustram as respostas:

“... fui demitida da empresa que trabalhava, já tinha vontade de fazer alguma coisa há algum tempo, mas, como estava empregada, tinha medo de trocar o certo pelo duvidoso...” E2

“... quem deu o start para a gente estar hoje aqui foi a minha filha Júlia, que fez graduação em administração no Mackenzie... ela me disse, por que você não monta uma empresa? Tem tudo para montar. Eu disse que era muito difícil e ela veio com a informação da incubadora da USP...” E5

” E4

“... tem que ter um pouco de equilíbrio para poder lidar com essa situação, extrema autoconfiança de que a gente pode vencer os obstáculos e que eles são muito menores do que a gente.” E6

“Eu nunca na minha vida, nesses quase vinte anos de formada, senti algum preconceito por ser mulher. Nunca tive problema, sempre consegui emprego com homens, sempre com a mesma faixa salarial. Para ser sincera, consegui até benefícios só por ser mulher.” E3

“... as propostas que nós colocamos é que o nosso foco é a inovação em educação a partir de uma base tecnológica (tecnologia de ponta). Nós vemos isso como uma coisa fundamental, eu não posso imaginar educação sem tecnologia há muito tempo...” E5

“O principal critério e mais forte é que a idéia seja inovadora, que tenha inovação. Quando que a gente aceita um projeto que não é só inovador? Quando esse projeto é estratégico para o país.” CC

“... com a tecnologia da informação você vê que muitas das coisas que a gente fazia até a pouco tempo, por telefone ou tendo que ir pessoalmente, a gente acaba fazendo em casa. Você tem computador, usa a Internet, então essa tecnologia ligada à informação, a informática, ela seduz muito, pela praticidade, pela redução de custo. A gente acaba se envolvendo, e é como se a gente não conseguisse viver mais sem, acho que esse é um fator que motiva e tecnologia é algo que esta muito relacionado ao empreendedorismo...” E6

“... não basta você ser inovador, mas tem que fazer algum produto, equipamento, inovação no geral, que tenha um perfil que vá atender as necessidades de um mercado. Não adianta você inovar e fazer um produto que nunca vai ser utilizado, que não tenha finalidade nenhuma...” E3

“... então esse ritmo, velocidade, essa segurança, eu acho que é um outro perfil, muito mais de acordo com as necessidades do mundo atual. Eu acho que o perfil professora pesquisadora ele tem outra velocidade, muito mais lento, diferente...” E5

“... quando você está em uma incubadora, uma incubadora de renome, conceituada e séria, como o CIETEC, dá uma credibilidade para nós, para cada um daqui como empresa...” E3

CONCLUSÃO

O objetivo geral deste trabalho visou identificar se o ingresso de mulheres em incubadoras tecnológicas está relacionado à sua atitude empreendedora. Para a conquista do objetivo geral, foi realizada uma pesquisa exploratória que permitiu entender o fenômeno e descobrir idéias e dados de forma flexível.

Por existirem inúmeros conceitos e definições, de diversos autores, que abordam o tema em diferentes contextos, não foi possível afirmar que exista uma definição exata para empreendedor,

uma vez que na prática, observaram-se mulheres que possuem diferentes perfis. Pode-se dizer, portanto, que a pesquisa realizada, através do método de pesquisa qualitativa, confirmou parcialmente os conceitos e teorias tratadas no referencial teórico já que não foram em todos os quesitos pesquisados que a teoria foi totalmente confirmada.

Percebeu-se que todas as entrevistadas possuem algumas ou muitas das características citadas por diversos autores, todas elas são apaixonadas pelo que fazem, utilizam os recursos que lhes são disponíveis de forma criativa, aceitam assumir riscos e têm a consciência de que existe a possibilidade de fracassar.

Vale ressaltar, porém, que um conjunto de características de determinada pessoa não pode ser avaliada e generalizada, uma vez que a pessoa em questão pode ter seu comportamento alterado, ou influenciado de acordo com a realidade por ela vivenciada.

Em relação ao perfil, os dados obtidos por meio da pesquisa realizada com empreendedoras incubadas no CIETEC, confirmaram plenamente a teoria, pois foi possível verificar que realmente a faixa etária do início da atividade empreendedora da maioria das entrevistadas varia de 30 a 50 anos.

Foi constatado que 30% das empreendedoras entrevistadas elegem a família como influência no processo de empreender, assim como visto na teoria.

As atitudes mais importantes para empreender não obtiveram uma resposta padrão das entrevistadas, sendo que cada uma identificou uma determinada atitude como a mais importante, o que confirma a teoria de que as atitudes envolvem o que as pessoas sentem e pensam, bem como gostariam de se comportar em determinada situação.

Pode-se, por exemplo, citar o empreendedorismo motivado pela necessidade, resultante da falta de oportunidades no mercado de trabalho e o empreendedorismo como fruto de uma visão de mercado vinda de uma percepção de oportunidade.

Nas entrevistas, foi observado que as empreendedoras recebem incentivos e motivação de sua familiar. Ou seja, aquela mulher que “herda” de seus pais empreendedores e que tem vontade de ter seu próprio negócio. Tem-se ainda que, experiências de empreendedora por necessidade, desempregada que viu na abertura do seu próprio negócio uma saída ao desemprego, empreendedora por oportunidade, aquela que viu um espaço no mercado de trabalho, criou algo diferente, inovador e fez disso uma oportunidade para empreender.

Os homens empreendedores continuam sendo em maioria, mas as mulheres têm aumentado muito sua participação nesse mercado. De acordo com a pesquisa realizada, pode-se afirmar que o preconceito na atualidade, para com mulheres empreendedoras independentes, é muito pequeno e não tem interferência no processo empreendedor, de acordo com a visão das participantes da pesquisa. Foi observado também que, as barreiras culturais para o ingresso de mulheres no setor tecnológico, tradicionalmente ocupado por homens, estão bem amenas, segundo as entrevistadas.

Todas as entrevistadas afirmam que a incubadora foi de vital relevância na hora de empreender, pois seriam de certa forma, protegidas e amparadas, uma vez que as incubadoras oferecem aos empreendedores apoio em estrutura física e suporte empresarial, além de um ambiente flexível e encorajador.

A pesquisa realizada demonstrou que determinadas atitudes, eleitas como as mais importantes para empreender, realmente influenciam no ingresso de mulheres no setor tecnológico. De acordo com a teoria, um empreendedor assume riscos e para isto é necessário a existência de iniciativa e o aceite da possibilidade de fracassar. Algumas características como coragem, otimismo, equilíbrio e autoconfiança podem auxiliar a lidar nos momentos de dificuldades.

A partir dessa breve conclusão, acredita-se que o objetivo central do presente trabalho, associado à identificação do perfil das empreendedoras, tenha sido alcançado. Obviamente, tais resultados devem ser avaliados à luz das limitações inerentes à pesquisa.

Primeiramente, deve-se levar em conta que as conclusões aqui apresentadas têm sua validade para a pesquisa realizada. Ou seja, os achados da literatura frente aos relatos das empreendedoras, suas impressões sobre suas empresas, o contexto ambiental e os componentes da atitude empreendedora para promover o crescimento de suas organizações, contribuíram na consolidação das mesmas. Entretanto, esses resultados não podem ser generalizados para outras realidades, mas são contributivos para a ampliação dessa área de conhecimento.

A partir deste trabalho, sugerem-se novas investigações, envolvendo os temas aqui tratados. Uma possibilidade seria o desenvolvimento de pesquisas que relacionassem o Empreendedorismo em homens incubados visando comparar os resultados com aqueles encontrados nessa pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendedorismo de Tecnologia Avançada. Disponível em: www.anprotec.org.br. Acesso em: Setembro 2006.

CAVEDON, N. R. & GIORDANI, C. G. & CRAIDE, A. **Mulheres trabalhando e administrando espaços de identidade masculina**, 2006.

CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, Vol. 29, Issue 1, p. 45-62, Jan. 1991.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro, 2001.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. Abr./Jun. 1999, p. 5-28.

GIMENEZ, F. A. P. ; MACHADO, H. P. V. Empreendedorismo e diversidade: uma abordagem demográfica de casos brasileiros. In: **Encontros de estudos sobre empreendedores e gestão de empresas**. Maringá (PR), 2000.

HENNING M. & JARDIM A. **The Managerial Woman**. Garden City, NY: Anchor Press/Doubleday, 1977.

HIRISH, R. D. & PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5ª ed. São Paulo: Bookman, 2004.

JUNIOR, F. G. P. **O Empreendedor e Sua Identidade Cultural: em Busca do Desenvolvimento Local**. 2006.

MENDES, M. F. R. **O mercador de rua: trabalho cotidiano e perspectivas**. Franca, 2001.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Disponível em: www.sebrae.com.br. Acesso em: Setembro 2006

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultura, 1982.

SOUZA, E. C. L. & SOUZA, C. C. L. **Atitude Empreendedora: um Estudo em Organizações Brasileiras**. ENANPAD Bahia: Salvador, 2006.