



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS POLÍTICAS E JURÍDICAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

GABRYELA LOPES DE FIGUEIREDO PORTO

ESTUDO DE CASO: A RELEVÂNCIA DA FINEP PARA O INCENTIVO DO
EMPREENDEDORISMO FEMININO DE *STARTUPS* NO BRASIL.

RIO DE JANEIRO

2022



GABRYELA LOPES DE FIGUEIREDO PORTO

ESTUDO DE CASO: A RELEVÂNCIA DA FINEP PARA O INCENTIVO DO
EMPREENDEDORISMO FEMININO DE *STARTUPS* NO BRASIL.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de
Administração da Universidade Federal do Estado do Rio
de Janeiro (UNIRIO) do curso de Administração Pública.

Orientador: Profa. Me. Rossandro Ramos

Rio de Janeiro

2022

Catálogo informatizada pelo(a) autor(a)

P Porto, Gabryela Lopes de Figueiredo
ESTUDO DE CASO: A RELEVÂNCIA DA FINEP PARA O
INCENTIVO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO DE STARTUPS
NO BRASIL. / Gabryela Lopes de Figueiredo Porto. --
Rio de Janeiro, 2022.
43

Orientador: Rossandro Ramos.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro,
Graduação em Administração Pública, 2022.

1. Mulheres. 2. Startups. 3. Empreendedorismo.
4. Inovação. 5. FINEP. I. Ramos, Rossandro, orient.
II. Título.

GABRYELA LOPES DE FIGUEIREDO PORTO

**ESTUDO DE CASO: A RELEVÂNCIA DA FINEP PARA O INCENTIVO DO
EMPREENDEDORISMO FEMININO DE *STARTUPS* NO BRASIL.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Administração da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Administração Pública.

Aprovado em 01/08/2022

Banca Examinadora:

Prof. Rossandro Ramos

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Ana Luiza Szuchmacher Veríssimo Lopes

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Mariana Juer

FINEP

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus em primeiro lugar, por sempre me fortalecer, me guiar e proteger durante minha trajetória. Sem Ele não poderia alcançar minhas metas e realizações. Sou grata pelas bênçãos na minha vida.

Aos meus pais Andreia e Alan, que me apoiaram e me deram todo suporte para que eu pudesse concluir meus estudos. Além de sempre me orientarem e me incentivarem, através de diálogos e exortações, a continuar minha trajetória.

Ao meu noivo Fellipe, que esteve me apoiando desde o momento em que me matriculei no curso, sempre esteve comigo nos momentos difíceis, além de me motivar a não desistir dos meus sonhos.

Agradeço aos meus tios, em especial ao meu tio Accacio e minha tia Cione, por acreditarem em mim e pela demonstração de que o caminho é a educação.

A todas as participantes desse trabalho por me concederem tempo e abertura para realizar minha pesquisa. Sem vocês, não teria sido possível.

As minhas amigas, Gabriela Barreto e Sarah Barbosa, que estiveram me apoiando e auxiliando durante todo o processo de elaboração do trabalho. Vocês foram essenciais.

Ao meu orientador Rossandro, que me apoiou e apostou na ideia de realizar este trabalho desde o primeiro momento em que foi comunicado. Além de acreditar neste tema e contribuir para que tudo ocorresse da melhor forma.

Por fim, agradeço à Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, pela oportunidade de aprender e desenvolver habilidades para atuar no mercado de trabalho e pelas gratas experiências.

*“Há uma força motriz mais poderosa que o vapor,
a eletricidade e a energia atômica: a vontade”*

(Albert Einstein)

PORTO, Gabryela Lopes De Figueiredo. **Estudo De Caso: A Relevância Da Finep Para O Incentivo do Empreendedorismo Feminino De Startups No Brasil**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração Pública) - Centro de Ciências Políticas e Jurídicas, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal entender como a FINEP incentiva, por meio do programa “Mulheres Inovadoras”, o empreendedorismo feminino de *Startups* no Brasil. A análise foi realizada através de um estudo de caso do programa “Mulheres Inovadoras” da empresa FINEP, com a pesquisa da percepção das empresas vencedoras e das funcionárias do referido programa dos anos 2020 a 2021. Os resultados da pesquisa apontam que a FINEP se demonstra uma grande incentivadora das líderes mulheres das *Startups* vencedoras do programa. Além disso, a pesquisa corrobora com o estudo da revisão de literatura, apontando as existentes dificuldades do empreendedorismo feminino no Brasil. Desta forma, a pesquisa contribui para os seguintes pontos: (1) Fornecer visibilidade da FINEP para as líderes de *Startups* no Brasil; (2) Demonstrar a relevância de programas de apoio às *Startups* de líderes mulheres para o enfrentamento dos desafios de empreender no Brasil; (3) Agregar com bibliografia e análise de pesquisa para o referido tema.

. **Palavras-chave:** *Startups*. Empreendedorismo. Mulheres. Inovação. FINEP.

PORTO, Gabryela Lopes De Figueiredo. **Case Study: Finep's Relevance to Encouraging Female Entrepreneurship in *Startups* in Brazil.** 2022. Course Completion Work (Graduate in Public Administration) - Center for Political and Legal Sciences, Federal University of the State of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

ABSTRACT

The main objective of this work is to understand how FINEP encourages, through the “Mulheres Inovadoras” program, female entrepreneurship of *Startups* in Brazil. The analysis was carried out through a case study of the program "Mulheres Inovadoras" of the company FINEP, with the research of the perception of the winning companies and of the employees of the mentioned program from the years 2020 to 2021. The results of the research indicate that FINEP demonstrates a great supporter of the women leaders of the *Startups* that won the program. Besides that, the research corroborates the study of the literature review, pointing out the existing difficulties of female entrepreneurship in Brazil. In this way, the research contributes to the following points: (1) Provide FINEP visibility to *Startup* leaders in Brazil; (2) Demonstrate the relevance of programs to support *Startups* of women leaders to face the challenges of entrepreneurship in Brazil; (3) Add bibliography and research analysis to the topic.

Keywords: *Startups*. Entrepreneurship. Women. Innovation. FINEP.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Evolução de mulheres líderes em <i>Startups</i> nos últimos 9 anos.....	19
Quadro 1: Perguntas elaboradas para as funcionárias da FINEP.....	26
Quadro 2: Perguntas elaboradas para as vencedoras do programa “Mulheres Inovadoras” da FINEP.....	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Nomes fictícios das líderes das *Startups* e das funcionárias da FINEP com suas respectivas afiliações de nomes fictícios.....24

Tabela 2: Nomes fictícios das líderes das *Startups* e seus tempos de atuações em suas respectivas afiliações de nomes fictícios.....36

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
MCTI	Ministérios da Ciência, Tecnologia e Inovações
ME	Ministério da Economia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Delimitação da pesquisa.....	14
1.2 Objetivos.....	14
1.2.1 Objetivo Geral.....	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
1.3 Relevância da pesquisa.....	15
1.4 Estrutura do trabalho.....	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 O papel da mulher na sociedade brasileira: um panorama histórico.....	16
2.2. O empreendedorismo de <i>Startups</i> no Brasil por lideranças femininas.....	17
2.2.1 <i>Startups</i>	17
2.2.2 A evolução da representatividade feminina no empreendedorismo de <i>Startups</i> no Brasil.....	18
2.2.3. As barreiras do empreendedorismo feminino em <i>Startups</i> no Brasil.....	19
2.3. Apoiadores de <i>Startups</i> no Brasil: um panorama no setor público.....	20
3 METODOLOGIA	23
3.1 Seleção de Sujeitos.....	24
3.2 Coleta de dados.....	25
3.3 Limitações.....	28
4. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS	29
4.1 O programa e seus desdobramentos.....	29
4.1.2 As motivações para a realização do programa.....	31
4.1.3 A visão e os desafios da implantação do programa.....	32
4.1.4 Os impactos do programa na FINEP.....	34
4.2 Os desafios de ser mulher empreendedora de uma <i>Startup</i> no Brasil.....	34
4.2.1 Ser mulher empreendedora no Brasil.....	35
4.3 Os impactos do programa nas <i>Startups</i> vencedoras.....	38
4.3.1 Os impactos do programa: uma perspectiva das vencedoras.....	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45

1. INTRODUÇÃO

Na última década, o panorama do mercado brasileiro tem sido constantemente atualizado conforme as novas propostas de negócios. Nesse viés, as *Startups*, conhecidas nos anos 70 e 80 como empresas da juventude *nerd*, hoje são reconhecidas no Brasil, por um modelo de negócio com foco na inovação. (SABARA, 2022)

Sabe-se que o ecossistema de *Startups* no Brasil teve uma considerável evolução durante os últimos anos (DISTRITO DATAMINER, 2021), destacando-se no ano de 2021, tendo um aumento de 11 para 21 *Startups* brasileiras que atingiram o nível de Unicórnios com *valuation* acima do valor de US\$ 1 bilhão. (DISTRITO, 2022)

Nesse sentido, o empreendedorismo de *Startups* no Brasil está se ampliando cada vez mais, trazendo inovações relevantes para o país, podendo alavancar negócios e romper com paradigmas, diante do seu grande potencial de crescimento (DAMASCENO et al., 2019).

Contudo, apesar da perceptível mudança no âmbito da inovação do país, no que tange a diversidade de gênero é visto uma considerável restrição para a representatividade feminina neste ecossistema (DISTRITO DATAMINER, 2021), tendo como entraves os seguintes fatores para a perpetuação da presença da mulher nos empreendimentos: a dupla jornada, falta de representatividade no mercado e as dificuldades de acesso a crédito (HUERTAS, 2022).

De acordo com o estudo realizado pelo DISTRITO DATAMINER (2021), chamado “*Female Founders Report*”, apenas 4,7% das *Startups* são fundadas exclusivamente por mulheres e 5,1% cofundadas por mulheres (fundação mista entre mulheres e homens).

Ademais, esse mesmo estudo aponta a relevância de aceleradoras e incubadoras para a evolução das inovações no país, demonstrando que esses apoiadores podem ser relevantes para o sucesso de uma *Startup* (DISTRITO DATAMINER, 2021).

Diante disso, o estudo do Distrito Dataminer (2021), aponta que até o ano de 2010, não existia abundância de projetos e organizações para apoiar o empreendedorismo, sendo observada apenas nos últimos anos mais iniciativas para esse tipo de incentivo:

“O reflexo desse desenvolvimento mais tardio pode ser observado na data de fundação das empresas: 47,4% dos negócios foram fundados nos últimos 5 anos. Apesar desses números serem muito semelhantes ao observado nas *Startups* que possuem mulheres em seus quadros societários, ao olhar somente as *Startups* com fundadoras, há um contraste significativo: 66,9% das *Startups* foram fundadas entre 2016-2020. Esses dados mostram como o empreendedorismo feminino é uma realidade ainda muito recente no ecossistema de inovação brasileiro. Esse cenário somado aos inúmeros vieses e preconceitos enfrentados por líderes femininas culmina nos resultados que vimos anteriormente” (DISTRITO DATAMINER, 2021).

Isto posto, é perceptível que existem barreiras para a representatividade feminina no mercado de *Startups* no Brasil. Diante disso, apoiadores de *Startups* que estimulem e incentivem a representatividade feminina nesse ecossistema são essenciais no cenário nacional.

Nesse viés, o trabalho em questão, pretende demonstrar através de um estudo de caso, que o programa da FINEP é apontado como um incentivador para que lideranças femininas possam perpetuar seu empreendimento em *Startups* no Brasil.

1.1 Delimitação da pesquisa

O estudo ficará restrito a funcionárias da FINEP envolvidas na área de inovação, do programa de incentivo da empresa a *Startups* por lideranças femininas no Brasil, “Mulheres Inovadoras”, a partir do ano de 2020.

Além disso, também será delimitado às mulheres líderes das *Startups* que foram vencedoras, a partir do ano 2020, pelo programa de incentivo ao empreendedorismo de *Startups* feminino realizado pela FINEP chamado de “Mulheres Inovadoras”.

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Entender como a FINEP incentiva, por meio do programa “Mulheres Inovadoras”, o empreendedorismo feminino de *Startups* no Brasil.

1.2.2. Objetivos específicos

Os objetivos específicos são:

- A. Entender quais os resultados são gerados, via o incentivo da FINEP, para o empreendedorismo feminino de *Startups* no Brasil, através da perspectiva das vencedoras do programa “Mulheres Inovadoras”.
- B. Apontar quais os desafios do empreendedorismo de *Startups* através da perspectiva das vencedoras do programa “Mulheres Inovadoras”.
- C. Analisar a percepção dos colaboradores da FINEP envolvidos na área de inovação do programa “Mulheres Inovadoras”, com relação ao referido programa.

1.3 Relevância da pesquisa

O trabalho está direcionado a *Startups*, sendo lideradas por mulheres no panorama nacional. Nesse sentido, o programa de incentivo da FINEP, apesar de muito relevante, ainda é pouco difundido no meio acadêmico, social e produtivo. Portanto, analisar este programa e seus efeitos, são fundamentais para melhor conhecimento de oportunidades no cenário de *Startups* no Brasil para líderes femininas.

O programa “Mulheres Inovadoras”, o qual será objeto de estudo deste trabalho, demonstra sensibilidade e preocupação com a situação atual das mulheres líderes de empreendimentos de *Startups* do Brasil, que desejam estar aptas a competirem no mercado com maiores oportunidades e chances de sucesso.

1.4 Estrutura do trabalho

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos, sendo estes:

- Primeiro capítulo “Introdução”: Composto pela contextualização do tema de *Startups* e empreendedorismo feminino em *Startups* nesse modelo de negócios, a delimitação, os objetivos e a relevância da pesquisa.
- Segundo capítulo, “Revisão de Literatura”: Aborda um panorama histórico da mulher na sociedade, bem como a evolução e os desafios do empreendedorismo das mulheres no Brasil, com ênfase em *Startups* e uma abordagem sobre as *Startups*, além de um panorama no setor público dos apoiadores de *Startups* no Brasil.
- Terceiro capítulo, “Metodologia”: Composto pela abordagem e pela tipologia da pesquisa, bem como a explicação da metodologia escolhida, com a seleção de sujeitos, coleta de dados e as limitações da pesquisa.
- Quarto capítulo, “Análise de dados e resultados”: Trata-se da análise dos dados coletados, bem como os resultados diante da metodologia aplicada e a discussão dos fatos expostos.
- Quinto capítulo, “Considerações finais”: Constituído com as considerações finais do trabalho, contendo comentários adicionais, bem como a limitação do estudo e indicações para as pesquisas futuras.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. O papel da mulher na sociedade brasileira: um panorama histórico

A história da mulher na sociedade brasileira tem seu percurso pautado majoritariamente pelo patriarcado predominante na cultura do país. O comportamento social do patriarcado brasileiro dá-se através de um prisma histórico, conforme Follador (2009) explica:

“Levando em consideração que o Brasil foi colonizado por ocidentais, podemos concluir que os homens no Brasil possuíam os mesmos conceitos, em relação à mulher, que os moradores do velho continente. Assim, desde o período colonial a exigência de submissão, recato e docilidade foi imposta às mulheres. Essas exigências levavam à formação de um estereótipo que relegava o sexo feminino ao âmbito do lar, onde sua tarefa seria a de cuidar da casa, dos filhos e do marido, e, sendo sempre totalmente submissa a ele” (FOLLADOR, 2009, p. 8).

Nesse viés, a submissão e a depreciação da mulher estão diretamente atreladas ao patriarcado na sociedade brasileira. Enquanto os homens, desde os períodos mais antigos da história, tiveram maior apropriação de poder político, do poder de escolha, da visibilidade social no âmbito laboral e de decisão de sua vida afetiva e sexual e devido a isso, as mulheres estiveram subjugadas em variados papéis que assumiram na sociedade, sendo submetidas a relações de violência, opressão e violação dos seus direitos (SANTOS; OLIVEIRA, 2010).

É válido ressaltar que, durante a era colonial, as mulheres possuíam o estereótipo de fracas, submissas, sem poder na área pública (SOUZA; BALDWIN, 2000), ocupando o lugar de serventes dos maridos, da família e de seus afazeres domésticos. Após algumas décadas, as mulheres estiveram em busca de sua autonomia e liberdade, conforme Follador (2009) aponta:

“Já em meados do século XIX, durante a era Imperial, as mulheres lutaram para ampliar seus papéis na sociedade. O patriarcalismo e sua disciplina rígida excluíram as mulheres da cena social, porém nesse período já era aceito o fato de mulheres transitarem pelas ruas das cidades a fazer compras, passeios ou mesmo a trabalho” (FOLLADOR, 2009, p. 11).

Porém, no século XX, a luta pelo espaço das mulheres se fortificou, através de movimentos feministas buscando os direitos políticos. Isso ocorreu principalmente na década de 1970, conforme VASCONCELOS (2005, *apud* SCOTT, 1994) explica que foi destaque para um momento político a favor das mulheres, sendo considerada pelas Nações Unidas a década da mulher, motivando políticas governamentais em pró do sexo feminino.

Mais adiante, no século XXI, a presença feminina foi demarcada por avanços relevantes através de conquistas importantes como: criação da Secretaria Especial de Políticas para as

Mulheres (SPM), elaboração do Plano Nacional de políticas para as Mulheres (PNPM), entre outros feitos (SANTOS; OLIVEIRA, 2010). Desta forma, as mulheres avançaram significativamente na ruptura de comportamentos que lhes eram impostos socialmente pelo patriarcado ao longo de toda a sua trajetória.

Nesse viés, um lugar muito importante para as mulheres é o espaço laboral, onde é possível que a mulher não esteja limitada aos papéis relativos ao trabalho doméstico e possa ter sua autonomia financeira (LIMA, 2022).

A percepção atual acerca do papel assumido no mercado de trabalho, conforme Hirata (2018) aponta, é de que há aumento da participação feminina nesse âmbito, porém, ainda há desigualdade. Isso é percebido, pois as mulheres não têm as mesmas profissões que os homens, com limitações de atividades, poucas promoções e por conta da polarização do emprego feminino. (HIRATA, 2018)

Logo, apesar das conquistas femininas nos espaços sociais, a cultura patriarcal sob a representatividade feminina em papéis historicamente impostos como unicamente pertencentes aos homens, ainda permeia e possui influência na vida, nas escolhas e na identidade das mulheres. Vieira (2005), explica isso através dos papéis dos gêneros na sociedade:

“De fato, certo determinismo histórico-cultural constrói os papéis sexuais mesmo quando desejam opor resistência. Os homens, livres para ir e virem em qualquer direção, tendem a dominar a vida social fora do lar. No interior, a repartição das atribuições pode ser variada, mas, comumente, é legado das mulheres o cuidado do lar. Por essa razão, são tão difíceis e lentas as mudanças sociais referentes à identidade das mulheres, pois cada alteração deve desconstruir processos históricos de séculos de preconceitos e de crenças, solidamente estratificados no seio da sociedade. (VIEIRA, 2005, p. 223).

Desta forma, é possível notar que ainda há estigmatização do papel da mulher na sociedade, mesmo que exista uma perceptível evolução deste cenário, as mulheres perpetuam na luta contra os estereótipos e costumes que lhes foram impostos.

2.2. O empreendedorismo de *Startups* no Brasil por lideranças femininas

2.2.1 *Startups*

O termo “*Startup*” foi contemplado com variadas definições ao passar dos anos, mas frequentemente é remetido a algo inovador e recente. Conforme SHAN MAO (2020) destaca:

“O significado da palavra *Startup* tem origem no inglês e sua tradução para o português se aproxima do conceito de empresa nascente. Apesar dos primeiros usos remeterem a um artigo na revista Forbes, ainda na década de 70, o termo só começou

a se popularizar na década de 90, com o surgimento da internet.” (SHAN MAO, 2020, p. 16).

A definição literal, trata-se de algo equivalente a “empresa emergente”, a qual possui a ideia de empresas que não estão no convencional que podem vir a submergir ou lucrar de repente (SEBRAE, 2014).

Ademais, o conceito, de acordo com a OCDE (2016), pode ter definições variadas de acordo com base em desempenho, na natureza do negócio ou intensidade de inovação. Diante disso, um dos conceitos abordados neste documento, é o de Ries (2010), o qual explica que a *Startup* é uma instituição humana designada a entregar um novo produto ou serviço nas condições de grande incerteza.

Nesse sentido, Filho, Reis E Zilber (2018), explicam sobre empreender sob o viés de riscos e aborda a relevância de ser escalável para uma *Startup*:

“Um cenário de incerteza significa que não há como afirmar se aquela ideia e projeto de empresa irão realmente ter sucesso e se provarão sustentáveis. O modelo de negócios determina como a *Startup* cria, configura e se apropria do valor – ou seja, como transforma suas iniciativas em resultado. Ser repetível significa ser capaz de entregar o mesmo produto novamente em escala potencialmente ilimitada, sem muitas customizações ou adaptações para cada cliente e com redução do custo marginal de produção. [...] Ser escalável é chave para uma *Startup*. Significa possibilidade de crescimento contínuo de receitas sem crescimento proporcional de sua base de custo.” (FILHO; REIS e ZILBER, 2018, p. 103)

Diante disso, o cenário de *Startups* mostra-se arriscado para investimentos contendo barreiras a serem vencidas para que estes tipos de empresas tenham êxito, tendo sua incerteza na essência do próprio significado do termo *Startup*, a qual trata-se de empresa nascente de base tecnológica, que possui na inovação tecnológica disruptiva, os fundamentos de sua estratégia competitiva (FILHO; REIS; ZILBER, 2018).

Tendo em vista seus variados conceitos, é notório que as *Startups* estão relacionadas a algo disruptivo com o *status-quo* da sociedade das últimas décadas, com ênfase na inovação e de perceptível risco de negócio.

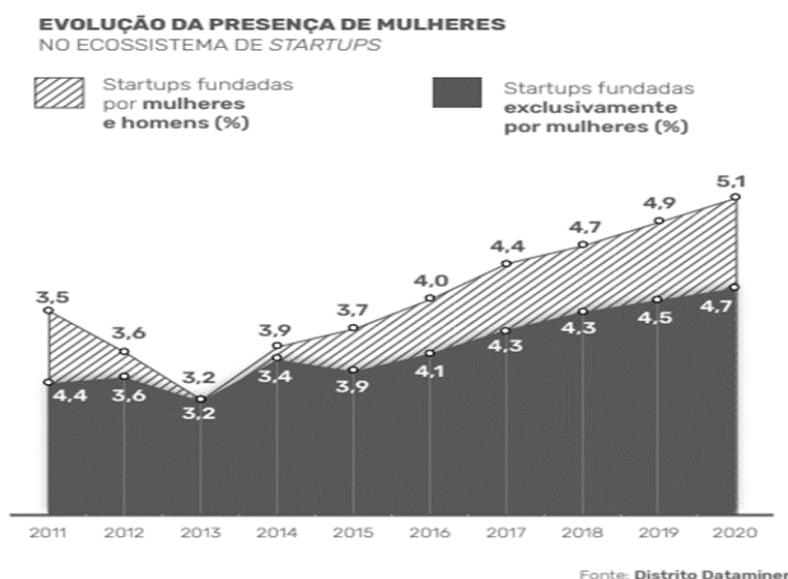
2.2.2. A evolução da representatividade feminina no empreendedorismo de *Startups* no Brasil

O empreendedorismo em *Startups*, por mais arriscado que seja, se tornou um atrativo àquelas com ideias inovadoras e as que buscavam uma oportunidade de crescimento, rentabilidade, escalabilidade, competitividade e impacto (DISTRITO DATAMINER, 2021).

Nesse sentido, uma pesquisa foi realizada onde algumas mulheres relataram as vantagens em atuar em uma *Startup*, os quais foram: a flexibilidade de horário e ambiente mais autônomo (NETO; SILVA; TEXEIRA; GRANGEIRO; NABOR, 2020). Sob essa perspectiva, as mulheres em busca de um espaço maior no mercado de trabalho e pela sua autonomia, começaram a ter interesse em empreender em uma *Startup*.

Contudo, o cenário de mulheres líderes em *Startups*, caminha a passos lentos, sem alterações significativas nos últimos 10 anos (DISTRITO DATAMINER, 2021), conforme Figura 1:

Figura 1: Evolução de mulheres líderes em *Startups* nos últimos 9 anos.



Fonte: DISTRITO DATAMINER (2021)

Diante das informações acerca da presença e evolução feminina no ecossistema de *Startups*, percebe-se que há entraves para a presença de mulheres perpetuar no mercado, em face das dificuldades enfrentadas por elas, como: a tripla jornada, trabalhar, cuidar de si e da família), assédio, desigualdade de cargos e salários e a garantia de seus direitos (LIMA; 2022).

2.2.3. As barreiras do empreendedorismo feminino em *Startups* no Brasil

O empreendedorismo feminino em *Startups* no Brasil enfrenta barreiras relacionadas a alguns fatores como: contexto social e histórico em que estão inseridas as mulheres e a necessidade de maiores investimentos em capital humano, social e práticas gerenciais do que homens (PAVAN; ORTEGA; NOGUEIRA, 2021).

Acerca do contexto social, os autores Pavan, Ortega e Nogueira (2021) abordam que de acordo com o estudo de Ferreira e Nogueira (2013), a mulher vive em um ambiente de conquista de espaço e dessa forma, muitas vezes tem que provar que pode gerir seu negócio com sucesso a fim de ter sua identidade empreendedora reconhecida.

A respeito da necessidade de maiores investimentos em capital humano, social e práticas gerenciais do que os homens, os autores abordam que este investimento é necessário para que as mulheres possam ter as mesmas chances de sobrevivência dos homens, conforme o estudo de Bertolami et al. (2018). Os autores Pavan, Ortega e Nogueira (2021), apontam no estudo que não são todas as vezes que os empreendimentos femininos são mais arriscados do que os construídos por homens, mas que o gênero pode influir nas chances de sobrevivência do negócio.

Através desse estudo elaborado pelos autores Pavan, Ortega e Nogueira (2021), pode-se entender que as barreiras sociais, fincadas na cultura e o apoio de investimentos, são fatores que podem determinar o avanço do empreendedorismo de *Startups* liderados por mulheres nos Brasil.

Outrossim, de acordo com a matéria da WECONDO (2020), a falta de investimento é um desafio para as empreendedoras, podendo-se afirmar que outra barreira é o reconhecimento do papel de liderança, sendo alguns dos precursores disto, o preconceito e a discriminação às líderes mulheres.

Nesse sentido, faz-se necessário apontar que, por mais que exista avanço nas posições de mulheres nas lideranças de *Startups*, os entraves existentes para o alcance de uma equiparação na competitividade com os homens são complexos, tendo como enfoque neste trabalho, os entraves relativos à questão social e de investimentos:

“Não bastasse ser imoral e afrontosa à dignidade humana, a discriminação é incompatível com o princípio da livre-iniciativa, uma vez que ela impede que os indivíduos sejam avaliados por seu caráter, inteligência e capacidade de realização. Trata-se de um enviesamento que impede que as iniciativas empreendedoras sejam avaliadas por seus méritos e potencialidades intrínsecos [...] em vista do vão enorme que hoje identificamos entre os gêneros, são bem-vindas as iniciativas de aceleração demograficamente focadas, que buscam derrubar as barreiras de entrada para as empreendedoras e promover o empreendedorismo feminino. (DISTRITO DATAMINER, 2021)

Tendo em vista esse cenário, nota-se a necessidade de atores que promovam incentivo e apoio ao público feminino no empreendedorismo brasileiro, pois a existente desigualdade de gênero e o preconceito estão presentes além do âmbito de negócios, mas também na cultura do país.

2.3. Apoiadores de *Startups* no Brasil: um panorama no setor público

No Brasil, a percepção da relevância de *Startups* por apoiadores, sejam eles aceleradores ou incubadoras, é evidente no cenário atual. Isso pode ser explicado, uma vez que frequentemente, as *Startups* auxiliam na redefinição de modelos de negócios, tais quais comércio, finanças e outros (SHAN MAO, 2020).

Nesse sentido, os apoiadores de *Startups* no Brasil, diante da perspectiva no setor público, estão promovendo políticas públicas e projetos de apoio às *Startups*, sendo através de programas sociais ou apoio financeiro a essas novas empresas, conforme apontado por Turchi e Moraes (2017):

“Nos âmbitos federal e estadual, foram criados diversos mecanismos que cobrem as diferentes etapas do processo empreendedor, abrangendo diferentes dimensões do empreendedorismo inovador, como financiamento e investimento, serviços de apoio e desenvolvimento de capacidades empreendedoras, fomento à cultura da inovação e aperfeiçoamentos nos marcos regulatório e legal.” (TURCHI e MORAIS, 2017, p. 258)

Com isso, no cenário do setor público existem argumentos a favor da intervenção estatal em *Startups*, podendo citar como suas motivações: 1) A contribuição das *Startups* para a economia; 2) A relevância do Estado com um papel ativo na economia; 3) As falhas de mercado que podem prejudicar o crescimento das *Startups* (SHAN MAO, 2020).

Ademais, como o objetivo do Estado é a realização de ações de interesse público a fim de promover o desenvolvimento social e econômico (Faria; Marques; Junior *apud* Muller, 2003), a motivação para que existam políticas públicas promovidas pelo Estado diretamente na economia, através da inovação para diminuição dos desafios já existentes é justificável (FARIA; MARQUES; JUNIOR, 2017).

A OCDE realizou uma classificação dos instrumentos de políticas públicas para apoiar as *Startups*, definido da seguinte forma:

“A classificação da OCDE (2013), por sua vez, divide os instrumentos em diretos e indiretos. O suporte direto envolve mecanismos financeiros, medidas regulatórias e incentivos fiscais, já o apoio indireto inclui programas de desenvolvimento profissional e treinamento técnico, apoio ao desenvolvimento da base científica e tecnológica, serviços de mentoria, aceleração e criação de infraestrutura.” (SHAN MAO, 2020, p. 29).

Os apoiadores existentes no país atualmente, se enquadram nos instrumentos diretos e indiretos, como: 1) FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos) com programas e iniciativas como o “*Finep Startup*” e “Mulheres Inovadoras” (FINEP; 2) SERPRO (Serviço Federal de

Processamento de Dados), com o “Serpro Booster”; 3) BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), com o “BNDES Garagem”; Entre outros. ¹

Além de iniciativas governamentais, como “*Startup Point*”, lançado pelo Governo Federal através do MCTI (Ministérios da Ciência, Tecnologia e Inovações) e do ME (Ministério da Economia), que atua apoiando o empreendedorismo de inovações no âmbito federal e formam um colegiado com empresas como a FINEP, BNDES, SEBRAE, EMBRAPA entre outras. ²

Diante deste panorama, percebe-se que já existe uma presença do setor público no apoio à *Startups* no Brasil, operando em pró do dinamismo da economia, bem como às inovações que essas empresas geram no sistema atual de negócios na sociedade brasileira.

¹ Disponível em: <<http://www.finep.gov.br/>> Acesso em 10 de julho de 2022.
Disponível em: <<https://garagem.bndes.gov.br/>> Acesso em 10 de julho de 2022.
Disponível em: <<http://booster.ventures.serpro.gov.br/>> Acesso em 10 de julho de 2022.

² Disponível em: <<https://www.gov.br/startuppoint/pt-br/legado/sobre-1>> Acesso em 10 de julho de 2022.

3. METODOLOGIA

A abordagem a ser tratada é a pesquisa qualitativa, através de um estudo de caso do programa “Mulheres Inovadoras” da FINEP. A pesquisa foi classificada como estudo de caso, uma vez que consiste em um estudo de um objeto, com análise e aprofundamento do estudo, bem como Gil (2008) aponta:

“(…) é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados.” (Gil, 2008, p. 57)

Ademais, Yin (2001) aponta que os estudos de caso estão conectados com situações da realidade dos indivíduos:

“Em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real - tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores (Yin, 2001, p. 21).

A respeito do método qualitativo, trata-se de responder questões particulares, onde se preocupa, nas ciências sociais, com um grau de realidade que não pode ser quantificado, onde as crenças e valores são trabalhados, não se limitando à operacionalização de variáveis (MINAYO, 2001). Este método é necessário diante da subjetividade do trabalho proposto, uma vez que está em contato com questões e interpretações humanas, podendo variar diante de cada perspectiva.

O trabalho também conta com uma pesquisa exploratória, uma vez que assume maior proximidade com o problema em questão e tem como característica o uso de entrevistas com pessoas já experientes na temática do objeto, conforme Gil aponta:

“As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.” (Gil, 2008, p. 27)

O procedimento trata-se de uma pesquisa documental uma vez que foram utilizados para a pesquisa os documentos da FINEP, como os editais do programa disponíveis no site da FINEP, conforme apontado por Gil (2008):

“(…)a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.” (Gil, 2008, p. 51).

3.1. Seleção de Sujeitos

A seleção de sujeitos foi realizada de acordo com o objetivo deste trabalho, o qual permeia em entender a percepção das vencedoras dos anos 2020 e 2021 e das funcionárias envolvidas no referido programa.

O contato com as entrevistadas foi feito através da pesquisa em mídias sociais e do *e-mail*. Através do primeiro contato, foi possível agendar as entrevistas através da ferramenta *Google Meet*. Devido a questão de confidencialidade, os nomes de todos os participantes da pesquisa, bem como as empresas vencedoras, serão substituídos aleatoriamente por fictícios.

O estudo contou com a participação de quatro empresas vencedoras, sendo duas delas de 2020 e duas de 2021. Além disso, houve a contribuição do relato de duas funcionárias da FINEP que estão envolvidas no programa “Mulheres Inovadoras”.

Os dados das vencedoras do programa e das funcionárias da FINEP encontram-se na Tabela 1:

Tabela 1: Nomes fictícios das líderes das *Startups* e das funcionárias da FINEP com suas respectivas afiliações de nomes fictícios

Nomes (fictícios)	Afiliações
Claudia	XPTO 1 – <i>Startup</i> (nome fictício)
Roberta	XPTO 2– <i>Startup</i> (nome fictício)
Viviane	XPTO 3– <i>Startup</i> (nome fictício)
Julia	XPTO 4 – <i>Startup</i> (nome fictício)
Bianca	FINEP – Programa “Mulheres Inovadoras”

Fonte: Elaborado pela autora

3.2. Coleta de dados

A coleta foi feita por meio de análise documental e entrevistas semiestruturadas. A análise documental foi feita para ter acesso a dados produzidos pela FINEP com o intuito de entender como é realizado o incentivo às *Startups* de lideranças femininas no Brasil, bem como o histórico dos resultados do programa.

Além disso, foram feitas entrevistas qualitativas, virtuais e com a câmera ligada, através da ferramenta *Google Meet*. A média das entrevistas foi em torno de 20 minutos, sendo realizadas entre o período de 23 de março a 11 de maio de 2022, em horário pré-estabelecido com as participantes, de acordo com a disponibilidade oferecida.

As entrevistas foram utilizadas, pois permitem maior interação social. Ademais, a entrevista é semiestruturada, pois é uma maneira de organizar um conjunto de questões sobre o tema estudado, mas ainda permitindo que o entrevistado fale livremente sobre assuntos que vão surgindo.

Ao iniciar a entrevista, foi dito ao entrevistado o objetivo da pesquisa e garantida a confidencialidade. Além disso, foi solicitado no início de cada entrevista, a permissão para gravá-las e tendo sua autorização confirmada por todas as participantes.

As entrevistas foram feitas com os profissionais que atuam no programa “Mulheres Inovadoras” da FINEP, para entender como eles idealizaram o programa de incentivo, de que maneira realizaram o mesmo e o impacto promovido pelo programa para o clima organizacional da FINEP.

Ademais, o mesmo modelo de entrevista foi realizado com as mulheres líderes das *Startups* que venceram o programa “Mulheres Inovadoras” da FINEP. A finalidade é compreender quais impactos esse programa trouxe à essas *Startups* e suas líderes, as mudanças dessas *Startups* frente o cenário nacional e os desafios de ser uma mulher liderando um ramo inovador no país.

Além disso, é importante que esteja inserida no contexto das perguntas, os desafios de empreender em *Startups* no Brasil sendo mulher, para que seja analisada a relação existente

entre adversidades *versus* amparo em que as líderes mulheres estejam propensas a receberem do programa em questão.

Diante disso, a fim de entender quais são os resultados gerados por meio do referido programa no empreendedorismo de *Startups* por lideranças femininas no Brasil, foram elaboradas perguntas com o intuito de esclarecimento da questão.

O formato das perguntas do questionário as funcionárias da FINEP, consta no Quadro 1 abaixo:

Quadro 1: Perguntas elaboradas para as funcionárias da FINEP

Nº	Pergunta
1	Qual a importância você atribui ao programa Mulheres Inovadoras?
2	Por que existiu a idealização de um programa de incentivo a <i>Startups</i> de líderes mulheres?
3	Esse programa é valorizado na sua empresa?
4	Qual é sua visão sobre esse programa?
5	Quais foram os desafios para implantação desse programa?
6	Quais foram os impactos desse programa para as <i>Startups</i> de mulheres no Brasil?
7	Você acredita que houve impactos para o clima organizacional da FINEP com esse programa?

Fonte: Elaborado pela autora

O formato das perguntas do questionário as vencedoras do programa “Mulheres Inovadoras” da FINEP, está apresentado conforme Quadro 2:

Quadro 2: Perguntas elaboradas para as vencedoras do programa “Mulheres Inovadoras” da FINEP

Nº	Pergunta
1	Há quanto tempo está à frente dessa <i>Startup</i> ?
2	Por que decidiu empreender em uma <i>Startup</i> ?
3	Como é ser uma mulher empreendedora no Brasil?
4	Houve implicações em estar à frente de uma <i>Startup</i> no Brasil sendo mulher?
4.1	Se sim, diga quais.
5	Por que buscou a FINEP para beneficiá-la através do programa Mulheres Inovadoras?
6	Quais impactos e mudanças esse programa trouxe a sua empresa?
7	O programa de certa forma, te empoderou/incentivou a continuar com a <i>Startup</i> e ter uma nova visão do mercado?

Fonte: Elaborado pela autora

Algumas perguntas foram estruturadas com o intuito de criar um ambiente confortável às entrevistadas, servindo como uma pré-contextualização para as perguntas-foco deste trabalho. Nesse sentido, as demais perguntas remanescentes foram validadas para a análise de dados do trabalho em questão. Tais perguntas que foram usadas como orientadoras são:

1. Pergunta 3 - Quadro 1: Esse programa é valorizado na sua empresa?
2. Pergunta 2 - Quadro 2: Por que decidiu empreender em uma *Startup*?
3. Pergunta 5 - Quadro 2: Por que buscou a FINEP para beneficiá-la através do programa Mulheres Inovadoras?

3.3. Limitações

As limitações poderão surgir quanto aos modelos de coleta de dados. Em relação a análise documental a maior limitação é o acesso dos dados da FINEP, a pesquisa em sites públicos também pode ser uma limitação pois não se tem sempre todas as informações necessárias.

Em relação às entrevistas, uma limitação é a disponibilidade de tempo, pois as entrevistas requerem um maior envolvimento tanto do entrevistado, quanto do entrevistador. Ademais, pode haver influência do entrevistador para o entrevistado nas perguntas propostas.

Além disso, há limitação por tratar-se de um estudo de caso com os atores diretamente beneficiados e/ou envolvidos no projeto, tendo assim, a possibilidade de enviesar a análise de dados. Por fim, o conflito de interesses existente entre os funcionários e a empresa, pode acometer no sigilo de informações.

4. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

A FINEP iniciou em 2020 o programa “Mulheres Inovadoras”, com o intuito de estimular as *Startups* com líderes mulheres a fim de contribuir para o aumento da representatividade feminina no cenário de empreendedorismo do Brasil, através da capacitação e do reconhecimento de empreendimentos que possam corroborar com a competitividade brasileira (FINEP, 2020).

O programa possui o prêmio no valor de R\$100 mil reais para até cinco empresas vencedoras (em 2020) e até dez empresas vencedoras (em 2021). Desta forma, para a pesquisa deste trabalho, foram analisadas duas das empresas vencedoras do ano de 2020 e duas das empresas vencedoras do ano de 2021.

O prêmio é disponibilizado apenas às empresas de base tecnológica com grande potencial de crescimento e de retorno, que sejam inovadoras, tenham flexibilidade e agilidade, atuando em condições de incerteza e que possuam modelo de negócios que possam ser repetidos e escaláveis, podendo ser capaz de resolver um problema real (FINEP, 2020).

Nesse prisma, a análise de dados e resultados, busca compreender o objetivo principal deste trabalho, através da percepção das vencedoras do programa em questão e da perspectiva das funcionárias da FINEP.

Tendo em vista o roteiro para as entrevistas realizadas apontado no capítulo de Metodologia, as respostas dos entrevistados constam divididas nas seguintes categorias: 4.1) O programa e seus desdobramentos; 4.1.2) As motivações para a realização do programa; 4.1.3) A visão e os desafios da implantação do programa; 4.1.4) Os impactos do programa na FINEP; 4.2) Os desafios de ser mulher empreendedora de uma *Startup* no Brasil; 4.2.1) Ser mulher empreendedora no Brasil; 4.3) Os impactos do programa nas *Startups* vencedoras; 4.3.1) Os resultados do programa pela visão das vencedoras.

4.1 O programa e seus desdobramentos

Este tópico está relacionado às Perguntas 1, 2, 4, 5 e 7 do Quadro 1, que buscam compreender a importância do programa para as funcionárias da FINEP envolvidas no programa, as motivações da criação do programa e os desafios enfrentados para sua continuidade.

O resultado da pesquisa está permeado através da percepção das funcionárias da FINEP, Bianca e Taina, que atuam neste programa. Nesse sentido, acerca da importância atribuída a

ele, conforme a visão das entrevistadas, ambas afirmaram ser algo muito significativo e de extrema relevância social.

Bianca, aponta primeiramente o fato das *Startups* lideradas por mulheres serem escassas no cenário atual:

“As *Startups*, lideradas por mulheres, ainda são uma minoria né, não só no Brasil como na maioria dos países (...) se a gente pegar pesquisas sobre a presença de mulheres em determinadas tecnologias ou a frente de determinados tipos de empreendimentos, enfim, a gente vai ver que é um número reduzido.” (BIANCA, 2022).

Além disso, Bianca continua explicando as barreiras e diversidades que as mulheres encontram para empreender, não somente pelo fato do empreendedorismo ser algo naturalmente arriscado, mas também pelo fato de serem mulheres empreendendo:

“(...) mulheres que estão envolvidas no desenvolvimento de alguma coisa, às vezes até dentro da universidade largam a universidade ou largam empregos mais estáveis para ir para o universo de empreendedorismo, que é muito arriscado, tem um monte de *Startups* que vão caindo no caminho e fora as barreiras que elas enfrentam né” (BIANCA, 2022).

Bianca conclui sua ideia acerca do programa explicando que a FINEP de certa forma fornece um “aval” para outras ações como essa, por ser uma instituição relacionada a inovação, ser da esfera pública e federal e por conceder o “selo” FINEP:

“Por exemplo, eu sei que devido a esse programa, outros programas nasceram e outros locais, inclusive programas estaduais (...) o que eu vejo muito de empresas que participam de programas conosco é que elas veem o “selo” FINEP, ter passado por um programa da FINEP e ter sido aprovado por um programa da FINEP, como um grande simbolismo (...) um “selo” de garantia.” (BIANCA, 2022).

Taina corrobora com a fala de Bianca, quando afirma que existem vários estudos apontando que as mulheres estão sub representadas no perfil de empreendimento em *Startups* lideradas por mulheres:

“(...) tem também uma série de questões que são culturais, a gente descobriu, conversando com uma série de mulheres que passaram pelo Mulheres Inovadoras, para entender o que elas acharam do programa e uma das perguntas que fizemos para elas foi assim: o que levou você a se inscrever no programa? e a gente imaginava o que? Treinamento, ah o prêmio (...) e a gente ouviu que: eu queria fazer parte de um contexto em que houvesse outras mulheres para poderem conversar e trocar, porque eu enfrento muito machismo e às vezes não sei lidar” (TAINA, 2022)

Taina prossegue falando que existem outros fatores além da capacitação e do incentivo do empreendedorismo feminino, como um outro lado comportamental relacionada a essa “troca” de como lidar com o machismo e de como encorajar o próximo. Além disso, Taina aponta a importância da rede de comunicação promovida pelo programa:

“(…) foi de *Startups* que se conheceram no “Mulheres” e fizeram negócio, se juntaram, parceria, uma comprou da outra (...) e é uma rede, que a gente até acha que como programa devia estar fazendo isso melhor” (TAINA, 2022).

Diante das falas das entrevistadas, percebe-se que há uma grande preocupação em torno da perpetuação desse programa para apoiar diversas empreendedoras no país, trazendo um “selo” de confiabilidade e uma rede de contatos para as empresas participantes, uma vez que a FINEP é uma empresa federal e reconhecida, ampliando assim, as oportunidades de *networking* de empresas de todas as regiões do país.

4.1.2 As motivações para a realização do programa

A motivação da idealização do programa, foi respondida por Bianca com o argumento de que a intervenção estatal é necessária uma vez que existe uma lacuna naquele ecossistema:

“(…) e aí a gente começou a buscar ferramentas, buscar formas de estímulo nesse ecossistema, que fizesse sentido para a FINEP (...) depois a gente começou a idealizar o Mulheres Inovadoras”. (BIANCA, 2022).

Ademais, Bianca aponta que a própria equipe está inserida no ambiente retratado, relatando a discrepância de gênero existente:

“(…) a nossa própria equipe é um reflexo desse ecossistema. Somos uma equipe (...) de umas 20 pessoas na área de investimentos, sendo que tem duas ou três mulheres. A gente ia a eventos e via as mesmas coisas (...) pessoas representando empresas, pessoas representando fundos de investimentos, eram sempre homens (...) a gente se sentia no meio de urubus” (BIANCA, 2022)

Bianca relata que entre os anos de 2018 e 2019, a equipe começou a acompanhar através de relatórios e estudos respostas para a seguinte pergunta: Por que o empreendedorismo feminino possui uma significativa ausência dentro do universo de *Startups* de inovação? Alguns dados, segundo Bianca, foram coletados com os estudos realizados:

1. As mulheres eram menos de 20% das fundadoras de *Startups*

2. Quando elas fundavam as *Startups*, demoravam mais a procurar recursos
3. Quando elas procuravam recursos de investimento, tendiam a receber menos investimentos do que os homens

Diante desses fatos, Bianca explica que a equipe percebeu que precisavam incentivar as mulheres de uma forma que fosse atrativa e em um espaço onde elas pudessem ficar à vontade:

“(…) porque quando uma mulher está em um ambiente predominantemente masculino, com frequência e por motivos de ordem até biológica, ela não se expõe como ela se exporia num ambiente que ela sabe que existe uma maior receptividade, seja um ambiente feminino que se identifiquem com ela ou seja de indivíduos que estejam ali querendo ouvi-la. Então esse programa é para isso né? A gente faz um programa todo online, e com frequência essas mulheres estão amamentando, estão chorando, estão com algum problema e ali elas se sentem bem para serem mulheres” (BIANCA, 2022).

No caso de Taina, por ser mais nova na área, afirma que não tem a certeza da motivação inicial para a sua idealização, mas acredita que tenha relação com as pautas previamente mencionadas pela mesma, relativas ao machismo e as dificuldades do empreendedorismo feminino.

Diante dos relatos, pode-se perceber que todas as dificuldades e entraves que a mulher convive, não somente para empreender, mas no seu cotidiano, estão relacionadas a idealização do programa “Mulheres Inovadoras”, criado com o intuito de apoiar as mulheres com a perspectiva de empreender em *Startups* de viés tecnológico no Brasil.

4.1.3 A visão e os desafios da implantação do programa

As percepções das funcionárias da FINEP com relação ao programa foram relatadas de forma a estarem engajadas e gostarem do programa, bem como Bianca falou sobre sua visão do programa:

“Nós que participamos deste programa, tocamos verdadeiramente a alma dessas pessoas (...) eu acho necessário, acho que é um programa que ainda precisa acontecer por mais tempo, eu acho que ele pode ter vertentes, eu acho que a gente pode pensar em outros caminhos, em outros tentáculos para gente alcançar pessoas, também ainda de alguma maneira se sentem né, a margem das oportunidades (...)” (BIANCA, 2022)

Em consonância com essa fala, Taina explica que o programa é muito importante, mas pondera que o programa poderia ser mais longo. Taina explica que as mentoras do programa

são comprometidas com o programa uma vez que existe uma paixão de estar ajudando a causa do empreendedorismo feminino.

“(…) se eu tenho uma mentora, que faz uma mentoria individualizada (…) e essa mentora não só senta comigo, mas ela estuda o meu tema, fala de igual para igual comigo mesmo às vezes em negócios específicos, é um programa fundamental” (TAINA, 2022).

Taina aponta que outro ponto acerca de sua visão do programa é a respeito da compreensão da FINEP quanto aos problemas das mulheres participantes, uma vez que a grande maioria das *Startups* participantes são de base científica e a FINEP já possui experiência neste ramo.

Bianca, quando questionada acerca dos desafios da implantação do programa, explica que o maior entrave, inicialmente, foi a constituição de uma equipe:

“(…) porque a gente não tinha equipe, nós éramos um departamento que tinha enfim, meia dúzia de analistas que faziam o programa Finep *Startup* (…) e a gente não tinha “braço” para fazer novos programas e quando surgiram essas novas oportunidades, a gente teve muita dificuldade de ter gente, de conseguir dentro da empresa movimentações para trazer pessoas que pudessem tocar, que pudessem dirigir esse programa (…) para abraçar a causa” (BIANCA, 2022).

Além disso, Bianca relata mais um desafio: as relações institucionais. Esse desafio é mencionado, pois o Edital da FINEP envolve uma série de “personagens” de diversas organizações, como: FINEP, Ministério, Organizações, mentores, onde as pessoas que estão envolvidas são voluntárias, ou seja, não são remuneradas. Diante disso, o trabalho da comunicação e convocação desses agentes se torna mais desafiador.

No caso de Taina, é abordada a questão da resistência em sair do *status quo* e as parcerias existentes em patrocínios de mentoras novas. Nesse sentido, a visão do programa por parte das entrevistadas em questão é de que o programa é extremamente relevante não apenas àquelas que participam, mas também para quem está à frente da organização do programa. Isso porque, o programa possibilita a imersão na realidade das participantes e tornando a experiência mais humanizada diante do contato humano e das mentorias realizadas.

No caso dos desafios para implantação do programa, os relatos foram relacionados a dificuldade para atrair os colaboradores e para a mudança de paradigma do que existia no momento anterior à existência do programa.

4.1.4 Os impactos do programa na FINEP

Foi perguntado às entrevistadas acerca do impacto do programa para o clima organizacional da FINEP, porém, pela magnitude e detalhes de informação, as respostas trouxeram a percepção que as funcionárias da FINEP possuem de sua própria equipe do programa “Mulheres Inovadoras”, conforme relatado por Bianca:

“(…) eu posso te falar do clima organizacional da minha equipe (…) nós somos uma equipe muito coesa, a gente tem um clima entre nós muito bom. Tanto que na nossa equipe não existe chefia, porque nós somos uma equipe dentro de um departamento (…) então a gente tem uma coesão que é super orgânica (…) o fato de sermos uma equipe mesmo sem as lideranças formais, isso para mim já fala que nosso clima já é muito bom.” (BIANCA, 2022).

Por outro lado, Taina, explica que seu ponto de vista limitado está relacionado a divulgação do programa na própria empresa:

“(…) falar de forma geral, eu acho que a gente divulgou pouco o programa na casa e algumas pessoas nem sabiam e tem a ver com a pandemia, né que eu acho que é uma coisa que podemos pensar em mudar agora.” (TAINA, 2022).

Apesar deste ponto, Taina reforça os fatores positivos que observou, como por exemplo a participação de alguns colegas da FINEP na participação da banca dos primeiros projetos “Mulheres Inovadoras”. Taina explica que recebeu comentários do tipo “fiquei inspirada por ouvir as ideias” e elogios acerca do programa, solicitando que pudessem retornar para a banca.

Desta forma, o conhecimento das entrevistadas e a percepção delas quanto ao clima organizacional da FINEP referente ao programa é limitado a suas redes de contato. As percepções informadas foram positivas quanto às pessoas em que as entrevistadas tiveram algum contato com o programa.

4.2 Os desafios de ser mulher empreendedora de uma *Startup* no Brasil

Este tópico está relacionado às Perguntas 1, 3, 4 e 4.1, do Quadro 2, buscando compreender sobre o cenário em que as vencedoras dos programas se encontram e as experiências das mesmas frente ao empreendedorismo sendo mulheres.

A priori, foi questionado acerca do tempo de atuação das vencedoras do programa em suas *Startups*. O resultado aponta que elas estão inseridas no ambiente empreendedor e de

liderança, há mais tempo que o início do programa “Mulheres Inovadoras”, conforme Tabela 2:

Tabela 2: Nomes fictícios das líderes das *Startups* e seus tempos de atuações em suas respectivas afiliações de nomes fictícios

Nomes (fictícios)	Nome da <i>Startup</i> (fictício)	Tempo de atuação na <i>Startup</i>
Claudia	XPTO 1	4 anos
Roberta	XPTO 2	11 anos
Viviane	XPTO 3	6 anos
Julia	XPTO 4	6 anos

Fonte: Elaborado pela autora

Nesse sentido, pode-se observar que as mulheres destas empresas possuem experiência liderando um empreendimento, mesmo sem ter passado pelo programa da FINEP. Diante disso, a percepção existente acerca do programa tem como base comparativa, o contexto em que estavam inseridas as empresas antes e após o programa.

4.2.1 Ser mulher empreendedora no Brasil

No que tange a ser mulher e empreender do Brasil, primeiramente, Claudia, da empresa XPTO 1, explica que enxerga mudanças nesse cenário, porém ainda não é fácil:

“(…) por exemplo, um exemplo muito claro que eu to tendo no meu galpão (…) e nós tínhamos que resolver um negócio de um telhado né e estávamos eu e outro funcionário e a outra pessoa da outra empresa ao tentar falar né com um representante, não falou comigo e falou com meu funcionário, entendeu? (…) Então é muito difícil ainda ter essa visão de que a mulher está à frente da empresa, mas eu consigo perceber mudanças (…) O SEBRAE está fazendo alguns editais, o SEBRAE delas né (…) a FINEP tem essa questão do “Mulheres Inovadoras”, existe todo um movimento social em pró do protagonismo feminino que está acontecendo no Brasil (...), mas ainda sim é difícil, não somente para mulheres, mas para mulheres da ciência” (CLAUDIA, 2022)

Além disso, Claudia, da empresa XPTO 1, explica sobre estar a frente de uma *Startup* no Brasil sendo mulher, corroborando com a fala anterior de que a mulher não possui respeito nos espaços de empreendedorismo:

“(…) então eu acho que uma das maiores implicações é essa questão da voz, de saber quando falar, de saber como falar e de não ter aquela ideia de que meu negócio é pequeno demais, é pouco demais (...) não tá muito bom, não tá muito certo, não tá muito perfeito, então é melhor ficar calada e não falar sobre isso” (CLAUDIA, 2022).

No caso de Roberta, da empresa XPTO 2, é relatado acerca das dificuldades de empreender independente de ser mulher, porém, para as mulheres é ainda mais difícil:

“(…), mas a gente sabe que sim, que para as mulheres ainda é mais desafiador né, porque a mulher acumula mais tarefas é vista de uma forma diferente né perante a sociedade como um todo, mas principalmente nesse mundo dos negócios” (ROBERTA, 2022).

Contudo, Roberta explica que pode ter tido sorte por ter conhecido pessoas educadas e acolhedoras, na sua trajetória. Apesar disso, Roberta cita como exemplo casos em que ela precisava expor sua competência para que pudesse ser validada em algumas reuniões:

“(…) muitas vezes eu entrava em uma reunião e as pessoas ficavam esperando assim, a gente percebia né? tipo nossa, é mulher?! nossa é uma mulher jovem? sabe? não sei o que era pior, se era ser uma mulher ou ser jovem. Aí eu tinha que falar “mas eu fiz doutorado”! Ah bom então não deve ser tão jovem assim né, se já fez doutorado (...), mas eu acho que empreender no país é difícil e para mulher é um pouco mais difícil ainda, mas eu acho que com resiliência a gente consegue né?” (ROBERTA, 2022).

Quando questionada acerca das implicações de estar a frente de sua *Startup* sendo mulher, Roberta explica que hoje isso pode ser visto como algo positivo, embora seja menos em porcentagem, já existem editais, programas, aceleradoras voltadas especificamente para a mulher.

Já Viviane, da empresa XPTO 3, explica que ser empreender no Brasil sendo mulher não é uma tarefa fácil por variados motivos que acabam interferindo a caminhada destas mulheres:

“(…), mas tem vários fatores, que inclusive hoje eu tenho sócios, eles hoje sentem a minha dor, eles não sabiam o que era uma mulher sentir dor dentro do empreendedorismo, no meio do *business* realmente, do negócio grande (...) porque tem fatores que assim (...) as pessoas não acham... “você inventou?” como assim? Sim eu que inventei ou “você é engenheira?” (...) “ah, mas como você inventou?” cara, eu inventei, fui fazendo, fui atrás (...) então o fato de você ser mulher isso já te limita, as pessoas acham que você não tem capacidade técnica e intelectual para isso. O fato de

“você ser mulher e ser bonita te diminui ainda mais, você tem que provar sua inteligência duas ou três vezes, ou até dez vezes mais por que eles acham que sempre foi alguma coisa que foi facilitada no meio do caminho né? Você teve um pai ou marido ou alguém que pegou você, ou algo do tipo que você conseguiu facilidade no meio do caminho e a única coisa que posso te dizer é que meu caminho não teve facilidade nenhuma, nada foi fácil” (VIVIANE, 2022).

Viviane explica sobre ser uma mulher a frente de uma *Startup* no Brasil, sendo o ponto principal o questionamento das pessoas quanto a invenção do negócio criado por ela:

“acho que o principal era levar muito a sério “ah para que você quer inventar isso?” (...) Então a relutância à mudança na questão do empreendedorismo e por ser mulher se tornou muito maior, até porque eu fui produzir em BH, Minas, que é culturalmente num estado muito machista (...) onde eu tive um pouco uma relutância ainda maior (...) quando as pessoas as entenderam se apaixonaram pelo projeto (...), mas até eu conseguir mostrar o que era foi bem mais difícil” (VIVIANE, 2022).

Julia, da empresa XPTO 4, reforça o ponto que Roberta, da empresa XPTO 2 abordou sobre as implicações de empreender no Brasil, independentemente de ser mulher, a existente dificuldade:

“empreender no Brasil já é um pouco complexo, porque a gente tem poucos recursos disponíveis para isso (...) o dinheiro sempre tá em fundos de investimentos ou em programas do governo e para gente como nossa tecnologia precisa de um recurso muito alto a gente já vê dificuldade em desenvolver um produto que é bem complexo” (JULIA, 2022).

Julia segue explicando dessas implicações, mas com foco em ser uma mulher empreendedora:

“(...) aí sendo mulher no Brasil eu acho que é um pouco mais difícil porque você já tem poucos recursos disponíveis, esses recursos ficam sempre com fundos de investimento ou com grandes empresas onde os maiores cargos né? Os tomadores de decisão são na maioria homens, mais velhos. Hoje a gente mudou um pouquinho o cenário que eu vejo homens mais novos, então eu acho que a comunicação com os homens mais novos, ajudou no sentido da gente conseguir conversar” (JULIA, 2022)

Julia continua seu ponto de vista colocando a relação de homens, como tomadores de decisões dos investimentos e negócios em detrimento das empreendedoras mulheres em busca de oportunidades:

(...) por exemplo: nossos primeiros investidores anjo que apareceram querendo investir na empresa, eram três homens bem mais velhos, com experiência na empresa, executiva, FIESP e tudo mais. Aí a gente sempre sentiu, aí eu não sei se é por ser mulher, ou por ser jovem ou por ser cientista, ou tudo isso junto, mas eu sei que o tom da conversa sempre era como se a gente não soubesse... querendo explicar para a gente algo que a gente já sabia (...) isso a gente realmente sentiu dificuldade e sente até hoje, menos hoje, mas já sentiu bastante dificuldade nesse sentido. A própria negociação com o investidor eu acho que é diferente. Eu via a diferença entre um

investidor conversar comigo por exemplo, e o investidor conversar com o nosso orientador, que é nosso mentor né” (JULIA, 2022)

Acerca de estar à frente de sua *Startup* no Brasil, Julia fala que não se recorda de nada explícito, mas sente quando conversa com alguma pessoa, relatando perceber um certo tipo de surpresa por parte dos investidores acerca da visão deles em relação às mulheres que estão à frente dos negócios:

“(…)eles criam uma imagem nossa no começo de uma conversa e no final mudam de ideia ne, aí veem que “nossa, ela também sabe de finança”, “nossa, isso é muito raro de acontecer”, “nossa vocês tem filho!”, “nossa, já é mãe”” (JULIA, 2022)

Em face do exposto, as entrevistadas relataram passar por implicações pelo fato de serem mulheres empreendedoras no Brasil e estarem à frente de suas *Startups*. Apesar de algumas entrevistadas, como o caso de Roberta, onde é relatado ter tido algum tipo de sorte em sua caminhada profissional, ainda é perceptível que o machismo e o patriarcado permanecem em todas as situações em que há uma mulher à frente de seu negócio e a falta de oportunidade investimento também se faz presente.

4.3 Os impactos do programa nas *Startups* vencedoras

Este tópico está relacionado à Pergunta 6, do Quadro 1, as Perguntas 6 e 7 do Quadro 2, buscando entender as mudanças e os reflexos do programa nas empresas das vencedoras através da perspectiva das funcionárias da FINEP e das vencedoras do programa.

Bianca, funcionária da FINEP, explica que não há ainda de forma mensurada, os dados acerca da dos impactos do programa nas *Startups* que participaram do programa, porém a equipe consegue mensurar a satisfação delas com o processo:

“(…) então, ao longo do processo a gente faz avaliação sobre as palestras que elas assistem, no final do processo a gente pede para elas fazerem uma avaliação das mentorias e nesse último ano a gente selecionou uma amostra de empreendedoras para entrevistar, para perguntar sobre toda a jornada né? Então a gente dividiu a jornada em vários pedaços (...) o que elas acharam e o resultado, o retorno foi muito positivo. Assim, a gente teve alguns pontos de melhoria, mas assim, coisas muito específicas (...) mas no conto geral foi muito positivo e aí a gente ouviu coisas assim (...) “eu entrei uma professora e sai uma empresária” (BIANCA, 2022).

Bianca segue explicando sua percepção acerca dos impactos do programa às mulheres participantes:

(...) tem gente que fala que nunca tinha participado de um edital e quando passou para a FINEP é que foi ter certeza que era uma *Startup*, que nem sabia se ela podia ser considerada uma *Startup* e que a partir de então, ela teve até mais facilidade, autoestima e autoconfiança né para ir para outros programas, falou que a FINEP abre portas né, porque o fato de ter um selo ali, foi acelerada pela FINEP, é um divisor de águas assim até para o contato com o investidores, porque muitos investidores acompanham a FINEP (...) e o que eu acho que é o mais impactante, o mais forte para elas, são as conexões. (...) Por que chegam pessoas, empreendedoras no programa que nunca tiveram contato com investidor, com mentor ou com programa de aceleração e de repente elas estão numa rede gigantesca de pessoas que são de um ecossistema que podem ajudá-las, seja indicando pessoas para alguma coisa, indicando programas” (BIANCA, 2022).

Taina, funcionária da FINEP, confirma a fala de Bianca, quando explica que o programa ainda não está mensurado de forma quantitativa:

“É, isso é uma área que você tá levantando bem, que a gente precisa trabalhar um pouquinho mais, eu acho que a gente tem que quantificar isso aí melhor né, não só “quali” quanto “quanti”” (BIANCA, 2022)

Contudo, Taina explica que conseguiu algumas informações, através de uma pesquisa interna, das *Startups* que participaram do programa:

“(…) o que eu observei é que assim, tiveram algumas *Startups* que conseguiram avançar bastante, uma que já estava exportando por exemplo, né? Teve uma outra que infelizmente devido a pandemia, acabou né? Aí não tem a ver com o Mulheres, tem a ver com o contexto né? Daí que a gente começou a pensar, como a gente faz para acompanhar as *Startups* no longo prazo?” (TAINA, 2022)

Isto posto, é perceptível que ainda existem *gaps* a serem sanados pelo Programa Mulheres Inovadoras, uma vez que a mensuração do programa ainda está limitada a poucos informativos. Contudo, há uma existente percepção de que o programa trouxe impactos positivos às empresas participantes, como a valorização da empresa através do “selo” FINEP e da rede de contatos.

4.3.1 Os impactos do programa: uma perspectiva das vencedoras

Os impactos do programa nas empresas das *Startups* vencedoras, através da percepção de Claudia, da empresa XPTO 1, foram muito positivos, contribuindo para o desenvolvimento da própria (Claudia):

“(…) é incrível, para mim, Claudia, eu nunca tinha feito nenhuma aceleração. Então o conhecimento que eu tinha (...) é um tipo de habilidade que falta, é um tipo de habilidade que é ensinado, você saber falar do negócio da maneira que as pessoas querem ouvir é um tipo de habilidade que é ensinado e já tinha acontecido antes (...)”

de eu ser ridicularizada, vou dizer assim, por não saber uma expressão que é comum desse mundo de negócios (...) então o meu crescimento, o que eu vejo de crescimento daquela época para agora, é muito grande, porque eu tive a oportunidade de um ambiente seguro, de aprender coisas que talvez eu não tivesse essa mesma oportunidade em outro ambiente. Porque eu me sentia segura, eu me sentia acolhida, para mim essa foi a principal mudança, a mentoria. Os mentores da FINEP têm conhecimento (...) e eles terem a paciência né? A bondade, a boa vontade de ensinar isso. Então hoje eu consigo ir para uma reunião, consigo ver algo, consigo ver uma discussão, para mim de igual para igual.” (CLAUDIA, 2022)

Claudia também explica um pouco sobre o incentivo do programa, para que a mesma, continuasse atuando em sua *Startup*:

“(…) uma coisa que eu percebi, participando do Mulheres, é quase que tivesse me sentido incluída numa sociedade, vou chamar assim, e certas questões que antes eu deixava passar, deixava relevar e hoje em dia eu não deixo mais. Então uma das coisas, por exemplo, tô dando um exemplo, é homens falarem mal de negócios de outras mulheres. Então como eu vi, 30 outras empresas com 30 outras mulheres, eu senti a dor de todas elas porque eu sabia dos problemas e a gente vivia as dificuldades, então se eu vejo um homem por exemplo, julgando uma mulher pelo fato dela conduzir de uma maneira errada, ou diferente a empresa dela, isso me incomoda (...) Isso é uma coisa que hoje em dia eu falo, e eu não deixo, pelo menos na minha frente isso não deve acontecer (...) Então eu vejo que mudou a minha postura sim, como eu me comporto e como eu vejo, é conceito de sororidade né? Eu não conhecia esse conceito e eu sinto esse conceito hoje em dia.” (CLAUDIA, 2022)

Roberta, da empresa XPTO 2, também considera o programa, algo muito relevante para sua empresa:

“Ah eu acho que foi um dos maiores marcos assim porque, é um divisor de águas, sabe? Não tem como dizer que não (...), mas eu acho que ter participado desse programa e principalmente ter vencido esse prêmio foi um divisor de água, foi um “selo” dizendo assim: vocês tão no caminho certo, talvez vocês ainda não chegaram lá, sabe? Talvez vocês ainda não fizeram tudo (...) mas esse “selo” da FINEP assim né, das Mulheres Inovadoras, nos dá isso né? Vocês estão no caminho certo, não desistam, tá aqui esse “fôlego”, que é o prêmio, para vocês continuarem e alcancarem aquilo que vocês tão desenhando que tá bom, tá perto” (ROBERTA, 2022)

Acerca do incentivo do programa para continuar com a *Startup*, Roberta retorna a questão do “selo” FINEP para continuar com sua empresa:

“(…) na verdade muitas coisas aconteceram de lá para cá né, desse prêmio, a gente tem inclusive, assim, redesenhou algumas estratégias, para poder trazer isso mais rápido para o mercado. Inclusive um dos produtos que na época, assim a gente já tinha estudos clínicos e tal, mas a gente tá submetendo para a Anvisa agora e nem faz tanto tempo, né? Então, com certeza né? Aquilo que eu te falei, esse “selo” de continuem no caminho certo, esse é o empoderamento que a gente recebeu (...)” (ROBERTA, 2022)

Roberta continua sua fala, explicando um pouco mais sobre a relevância do programa para ela e para as mulheres do Brasil:

“(…) porque era uma coisa assim, né? Dentro do Ministério, um reconhecimento de dentro do governo, um incentivo para aquelas mulheres que estavam ali, que participaram ali, mas para tantas outras né? que ainda não tinham tido coragem de participar ou que ainda não tinham, enfim, conseguido né porque não escreveram um projeto tão bom, enfim, mas eu acho que aquilo motiva sabe? E precisa ter mais desses, inclusive com essas cerimônias [premiação das vencedoras], porque bem ou mal é a cereja do bolo assim né, tu enxerga assim eu consegui né?!” (ROBERTA, 2022)

Viviane, da empresa XPTO 3, por sua vez, aborda sobre o destaque que o programa trouxe a empresa dela e por ter uma nova visão de mercado:

“a visibilidade que você recebe, primeiro a credibilidade (…) a mentoria ela veio, exatamente no momento que eu precisava decidir, percentual de sócios, como eu ia vender, como eu ia fazer, quem ia entrar, como era feito, como funcionaria o negócio (…) enfim, tudo veio dentro da fase de mentoria (…) A FINEP foi me dando direções no momento certo. Em segundo, eu costumo dizer que, ele validou, ele tornou público (…) ele tornou algo que nacionalmente e internacionalmente, foi recebido e aceito por muita gente (…) e isso me trouxe uma *networking* absurda, um conhecimento absurdo, me abriu portas (…) eu costumo dizer que foi muito mais que o 100 mil reais né? foi muito mais do que o dinheiro, foi muito a questão que a ideia foi validada” (VIVIANE, 2022)

Além disso, Viviane explica que o programa a empoderou para que ela pudesse seguir com a sua *Startup*, foi relativo à sua expertise. Isso porque, ela não se encaixa como cientista e estava liderando uma *Startup*. O programa em questão auxiliou, através de seu mentor e das palestras, a perceber que ela poderia seguir com sua ideia, mesmo sem ter uma profissão técnica para tal.

Julia, da empresa XPTO 4, corrobora com a fala de Roberta, quando fala sobre o programa ter sido marco para a sua *Startup*, devido a alguns pontos:

“(…) um, é claro que eu já mencionei, que foi o recurso em dinheiro, os 100 mil do prêmio, assim eles renderam muito! A gente conseguiu investir em diversas áreas da empresa, assim diferentes áreas, então, primeiro pagou um pouco, parte do nosso salário, que a gente estava um período assim que estava bem ruim, assim de terminar uma bolsa e a gente não conseguir pegar outro projeto (…) a gente conseguiu pelo menos se manter, conseguiu contratar as pessoas (…) Uma coisa que o programa trouxe para a gente foi a importância da comunicação, do que a gente faz para as pessoas em geral (…) e aí a gente resolveu investir muito na parte de marketing, comunicação de mídias sociais, então assim foi uma transformação mesmo (…) Além do que, visibilidade, a gente saiu em várias reportagens depois (…) Conexões, então a visibilidade trouxe conexões para a gente e é sempre um “selo” sabe?” (JULIA, 2022)

A respeito do incentivo e empoderamento a continuar na sua *Startup* e a ter uma nova visão mercadológica, Julia conta sua experiência através de um caso que vivenciou, onde ela percebeu que sua ideia não era validada pela forma como se comunicava e transmitia seu negócio e através do programa, conseguiu perceber, através das dicas dos mentores e da banca, que pequenos detalhes em sua apresentação poderiam transformar a percepção do público para o que de fato, eles precisavam transmitir.

Nesse sentido, o que se pode extrair das falas das entrevistadas acerca dos impactos, de uma forma geral, do programa em suas empresas, é de que há muitos fatores positivos gerados como retorno as empresas, com ênfase nas mentorias, rede de contatos e o “selo” FINEP, trazendo confiabilidade e credibilidade para as *Startups* vencedoras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como principal objetivo, entender como a FINEP incentiva, através do programa “Mulheres Inovadoras”, o empreendedorismo feminino de *Startups* no Brasil.

Os resultados apontam que o incentivo da FINEP, através do programa “Mulheres Inovadoras” para as vencedoras, é feito por meio de suas mentorias, pelo ambiente acolhedor e pelo prêmio. Os pontos-chaves em comum, dos impactos do programa para as vencedoras, relatados pelas entrevistadas foram o fato do programa promover o “selo” FINEP e a rede de contatos.

Isso visto que, a FINEP é uma empresa pública renomada no âmbito social e no meio de investimentos, além de ser vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia e Inovação. Diante disso, a visibilidade, a credibilidade e a rede de contatos são consequências do prestígio que a FINEP possui diante de sua atuação.

Ademais, a maturidade profissional, o reconhecimento dos seus empreendimentos e o prêmio, foram destacados pelas vencedoras. Isso pois, o programa oferece um treinamento com mentores especializados na temática, podendo auxiliar as participantes a entenderem como promover sua empresa e reconhecer seu valor. Outrossim, o valor do prêmio foi importante para a perpetuação de alguns negócios e pela oportunidade de novos investimentos diante da visão de mercado adquirida.

O machismo, o patriarcado, a falta de valorização e de oportunidade de investimentos e a descredibilização da mulher foram citados como os desafios do empreendedorismo feminino no Brasil, onde em muitos cenários, as entrevistadas precisaram ter de justificar sua qualidade técnica para que pudessem ser ouvidas e compreendidas.

Nesse contexto, foram apontados como resultado do programa para o incentivo e empoderamento feminino: o ambiente de receptividade, a compreensão da existência do machismo e do patriarcado e a escuta ativa e a sororidade com a causa feminina. Isto pois, que o programa busca entender, auxiliar e orientar as mentoradas levando em consideração as adversidades que a mulher enfrenta para empreender.

Além disso, foi relatado que o programa oferece um ambiente seguro para que as participantes pudessem realizar debates, sanar seus questionamentos e terem a liberdade de serem mulheres independente de seus afazeres domésticos e de seus outros papéis assumidos em suas realidades.

A respeito da percepção das funcionárias da FINEP acerca das dificuldades de implantação do programa, foram relativas à construção de sua equipe, pois tratava-se de um trabalho não-remunerado aos que participavam. O clima organizacional da FINEP foi relatado como algo limitado à rede de contatos das funcionárias, uma vez que se trata de uma empresa com muitos funcionários e devido a isso, há uma complexidade em ter a percepção completa dos empregados.

Desta forma, o presente estudo poderá contribuir para a visibilidade da FINEP para as líderes de *Startups* no Brasil que não possuem conhecimento do programa “Mulheres Inovadoras”, demonstrar a relevância de programas de apoio às *Startups* de líderes mulheres para o enfrentamento dos desafios de empreender no Brasil e agregar com bibliografia e análise de pesquisa para o referido tema.

Relativo às limitações do método escolhido, por ser uma análise qualitativa através de um estudo de caso, os resultados não são universais. Além disso, o estudo contou apenas com uma amostra das vencedoras do programa, fazendo com que os resultados possam ser enviesados, contendo uma parcialidade da percepção das beneficiadas. Além disso, a escassez bibliográfica do tema “empreendedorismo feminino em *Startups* no Brasil” foi um limitador para a realização da revisão literária.

A fim de um aprofundamento do assunto de empreendedorismo de liderança feminina em *Startups* no Brasil, estudos futuros podem buscar por analisar outros programas de incentivo como o já realizado neste trabalho.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, P.R.M. CreateSpace Independent Publishing Platform. USA. Julho/2016. **O panorama das aceleradoras de Startups no Brasil.** Disponível em: https://abessoftware.com.br/wp-content/uploads/anterior/Arquivos/O_Panorama_das_Aceleradora_de_Startups_no_Brasil.pdf

Alperstedt, G. D. F., Borges, J., Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, p. 221- 234

ARAUJO, G. M. de. Mulheres empreendedoras: As principais fundadoras de *Startups* no Brasil. Panorama Digital 2021-5. **Observatório do Empreendedorismo Digital**- UFF. Disponível em: http://observatoriodigital.sites.uff.br/wp-content/uploads/sites/430/2021/06/Panorama-Digital_21_5_Georgia-Mariano-de-Araujo.pdf

Arrazola, L. D.; Rocha, I. (1996). Mulher, natureza, cultura: Apontamentos para um debate. **Em G. Rabay (Org.), Mulheres e sociedade** (pp. 45-55). João Pessoa: UFPB/Editora Universitária.

BEVILAQUA, B. As mulheres no ecossistema de *Startups*. 2021. Canal Conecta. Disponível em: <https://canalconecta.com.br/as-mulheres-no-ecossistema-de-Startups>

BLANCK, H. L.; CÂNDIDO, G. D. S.; ALVES, J. B. da M.; DE SOUZA, J. A.; DE SOUZA, M. V. Incentivos públicos ao empreendedorismo inovador por meio de programas de aceleração para *Startups*: Inovativa Brasil. **Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação** – ciki, [S. l.], v. 1, n. 1, 2019. Disponível em: <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/778>. Acesso em: 24 jan. 2022.

BNDES. Disponível em: <<https://garagem.bndes.gov.br/>> Acesso em 10 de Julho de 2022.

BOOSTER SERPRO VENTURES. Disponível em: <<http://booster.ventures.serpro.gov.br>> Acesso em 10 de Julho de 2022.

CARRIJO, M. de C.; RIZZA, S. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: uma análise a partir de dados do global entrepreneurship monitor (gem). **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 6, n. 6, Mar. 2017, p. 200-225. Disponível em: <https://fatece.edu.br/arquivos/arquivos-revistas/empreendedorismo/volume6/12.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2021.

DAMASCENO, P.; ISNARD, P.; MUYLDER, C. F. De; ZIVIANI, F. *Startups*, inovação e empreendedorismo: um mapeamento sistemático da produção científica. **XXXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção, “Os desafios da engenharia de produção para uma gestão inovadora da Logística e Operações”** Santos, São Paulo, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2019. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_295_1663_37043.pdf

DISTRITO. **Female founders report 2021**: Liderança feminina e empreendimentos no ecossistema brasileiro de inovação. Disponível em: <<https://distrito.me/principaissegmentos-mulheres-brasil/>>. Acesso em: 12 abr. 2021.

DISTRITO 2022. CORRIDA DOS UNICORNIOS. 2022.

FABIANE, F. 2007 **Pesquisa qualitativa, exploratória e fenomenológica: Alguns conceitos básicos**. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/pesquisa-qualitativa-exploratoria-e-fenomenologica-alguns-conceitos-basicos>

FARIA, A.M.de; MARQUES, N.deS.; JUNIOR, M. de M.O. **Financiamento Público da Inovação em Startups Brasileiras: um Estudo sobre o Background do Empreendedor e Parceiras com Universidades e Institutos de Ciência e Tecnologia**. São Paulo / SP - 01 a 04 de Outubro de 2017 - EnANPAD 2017.

FERREIRA, A.; SILVA, A.S.F. Os desafios de uma comunidade de inovação: um estudo de caso do rio sul valley na região do médio paraíba fluminense. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação (Brazilian Journal of Management & Innovation)** - ISSN: 2319-0639. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/RBGI/article/view/8291>

FILHO, M.A.L.C.; REIS, A.P. dos; ZILBER, M.A. *Startups*: do nascimento ao crescimento - proposta de integração para ciclos de inovação e desafios do desenvolvimento. **Revista Desafios** – v. 5, n. 3, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2359-3652.2018v5n3p98>

FOLLADOR, K.J. A Mulher no patriarcado brasileiro. **Revista fatos&versões** / n.2 v.1 / p. 3-16 / 2009. ISSN 1983-1293.

GIL, A.C. Métodos e técnicas de pesquisa social. - 6. ed. - **São Paulo: Atlas**, 2008.

GOVERNO BRASILEIRO. Disponível em: <<https://www.gov.br/Startuppoint/pt-br/legado/sobre-1>> Acesso em 10 de Julho de 2022.

HIRATA, H. Gênero, patriarcado, trabalho e classe. **Revista Trabalho Necessário**, v. 16, n. 29, p. 14-27, 13 jun. 2018. <https://doi.org/10.22409/tn.16i29>

HUERTAS, C. Os desafios do empreendedorismo feminino. 2022. Meio&Mensagem. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2022/03/08/os-desafios-do-empreendedorismo-feminino.html?gclid=Cj0KCCQjwz96WBhC8ARIsAATR250QEf8JLo12QM3s61E7rgYu-vYAtawbk7UTi4tvzyM_RrmGj0023XwaAo-oEALw_wcB

LIMA, E.(IFF/Fiocruz). Mulheres no mercado de trabalho: avanços e desafios. FIOCRUZ. Acesso em: 19 de julho de 2022. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/noticia/mulheres-no-mercado-de-trabalho-avancos-e-desafios#:~:text=Por%20C3%A9m%20%20assim%20como%20em%20um,a%20garantia%20de%20seus%20direitos.>>

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 2003. Disponível em: <file:///C:/Users/gabss/Downloads/LAKATOS%20%20MARCONI%20%20FUNDAMENTO%20DE%20METODOLOGIA%20CIENTIFICA.pdf>

MINAYO, M.C. de S. (org.). Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade. **18 ed. Petrópolis: Vozes**, 2001.

MÉNDEZ, N. P.. A mulher na sociedade de classes: contribuições para uma historiografia feminista. **Seção Temática Heleieth Saffi oti 50 anos d'A Mulher na Sociedade de Classes**. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2021v29n176728>

MORAIS, M.G.; SANTOS, F.V.; RIBEIRO, F.F. de A.; PARDINI, D. (2019). Empreendedorismo Feminino - Evolução, Desafios Atuais e Perspectivas Futuras. **Conferência: 10º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas**. Em: Uberlândia-MG. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/330683701_Empreendedorismo_Feminino_-_Evolucao_Desafios_Atuais_e_Perspectivas_Futuras .Acesso em: 05 dez. 2021.

NETO, M.B.G.; SILVA, L.E.N.; TEIXEIRA, F.B.; GRANGEIRO, R. da R.; NABOR, L.P. **Startups: Panorama de Obstáculos e Oportunidades para a Carreira Feminina em um Novo Contexto Organizacional**. VII Encontro de Gestão Evento on-line - 27 e 28 de agosto de 2020 -

ISSN 2177-2614 - versão online de Pessoas e Relações de Trabalho – EnG. Evento on-line - 27 e 28 de agosto de 2020 ISSN 2177-2614

OCDE. Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. **Publicado pela FINEP (Financiadora de estudos e Projetos)**, 3ª Edição, 2006.

PAVAN, A.C.; ORTEGA, L.M.; NOGUEIRA, A.J.F.M. Quais as razões de haver poucas *Startups* fundadas por mulheres? **South American Development Society Journal**, [S.l.], v. 7, n. 20, p. 204, set. 2021. ISSN 2446-5763. Disponível em: <http://www.sadsj.org/index.php/revista/article/view/427>. Acesso em: 05 dez. 2021. doi: <http://dx.doi.org/10.24325/issn.2446-5763.v7i20p204-219>.

PROGRAMA MULHERES INOVADORAS EDITAL PRÊMIO MULHERES INOVADORAS 1ª EDIÇÃO – 1/2020 . FINEP.

PROGRAMA MULHERES INOVADORAS EDITAL PRÊMIO MULHERES INOVADORAS 2ª EDIÇÃO – 2/2020 . FINEP.

SABARÁ, F. A força das *Startups* no Brasil. FORBES COLLAB. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2022/01/a-forca-das-Startups-no-brasil/>

SANTOS, L. T.; CAMPOS, P. C.; DORNELAS, M. A. Empreendedorismo Feminino: Perfil e Caracterização dos Empreendimentos. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**, [S.l.], v. 4, n. 1, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/regis/article/view/21169>. Acesso em: 5 dez. 2021.

SANTOS, M.M. dos; OLIVEIRA, L. Igualdade nas relações de gênero na sociedade do capital: limites, contradições e avanços. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1414-49802010000100002>. Acesso em: 19 jul. 2021.

SEBRAE. Empreendedorismo Feminino no Brasil. Especialistas em pequenos negócios, março 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf

SEBRAE. PESQUISA LADO/A, LADO/B *STARTUPS*. 2015. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/lado_A_B_Startups.pdf

SHAN MAO, C. S. POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO A *STARTUPS*. ESCOLA NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. Brasília, DF. 2022.

SOUZA, E. de; BALDWIN, J.R. **A construção social dos papéis sexuais femininos. Psicologia, reflexão e crítica.** v. 13, n.03, 2000, p. 03. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/psicologia/revista>>. Acesso em: 09 fev. 2022.

TURCHI, L.M; MORAIS, J.M. de. POLÍTICAS DE APOIO À INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO BRASIL AVANÇOS RECENTES, LIMITAÇÕES E PROPOSTAS DE AÇÕES. IPEA; Brasília, 2017.

VASCONCELOS, T. M. P. A Perspectiva de gênero redimensionando a disciplina histórica. **Revista Ártemis**, [S. 1.], n. 3, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/artemis/article/view/2208>. Acesso em: 8 fev. 2022.

VIEIRA, Josênia Antunes. A identidade da mulher na modernidade. **DELTA 21 (spe)**, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-44502005000300012>

WECONDO. **Startups femininas no cenário brasileiro**. Disponível em: <<https://wecondo.com.br/Blog-Leitura/28/Startups-Femininas-no-Cenario-Brasileiro->>. Acesso em: 14 abr. 2021.

YIN, R.K. Estudo de caso: planejamento e métodos / Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi - 2.ed. - Porto Alegre : Bookman, 2001.