

Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração, empreendedorismo e inovação 2 [recurso eletrônico] /
Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo
e Inovação; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-315-6

DOI 10.22533/at.ed.156190805

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações
tecnológicas. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.421

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Administração, Empreendedorismo e Inovação” compreende uma série com três volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este segundo volume é composto por dezenove capítulos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória na área.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre Administração, Empreendedorismo e Inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega ao campo da Administração, Empreendedorismo e Inovação à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “As Intenções Empreendedoras na Carreira de *Digital Influencer*” e objetivou entender as intenções empreendedoras na carreira de *digital influencers*. O segundo capítulo tem como título “Papéis e Desafios de Mulheres Cientistas no Empreendedorismo Brasileiro” e objetivou analisar alguns fatores que ainda contribuem para a pouca presença de mulheres cientistas - sobretudo na área do empreendedorismo - no Brasil. O terceiro capítulo, intitulado “Relações do Estilo Cognitivo com a Autoeficácia e a Intenção Empreendedora”, objetivou analisar as relações entre estilos cognitivos com a autoeficácia e a intenção empreendedora de estudantes, sob influência do comportamento planejado.

O quarto capítulo é intitulado “Empreendedorismo Social no Brasil: diferentes conceitos e um mesmo objetivo” e teve como objetivo realizar uma revisão de autores nacionais e internacionais, dos conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo social e negócios sociais. O quinto capítulo, intitulado “Empreendedorismo Social: diagnóstico do ambiente de negócio de um empreendimento social”, buscou diagnosticar o modelo de negócio de um empreendimento social, considerando as pessoas e o associativismo. O sexto capítulo tem como título “Comunicação para a Transformação: empreendedorismo social e sustentabilidade no projeto pedagógico do curso de publicidade e propaganda” e objetivou analisar no âmbito do Projeto Pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista acerca das práticas pedagógicas que são desenvolvidas a partir de uma abordagem de comunicação participativa, dialógica e transformadora, de forma a envolver os alunos e aproximar todos os públicos de interesse, na gestão dos seus processos de comunicação onde se amplia possibilidades reais na comunicação social.

O sétimo capítulo é intitulado “Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma análise multivariada do Programa Microempreendedor Individual – MEI” e objetivou apresentar um cenário do Microempreendedor Individual - MEI, de forma a analisar

os benefícios e a efetividade deste programa. O oitavo capítulo tem como título “Uma Análise Bibliométrica da Produção Científica sobre Economia Solidária no Brasil” e objetivou identificar e analisar a literatura sobre economia solidária, através da busca de publicações, em periódicos e eventos nacionais, relacionadas ao tema no Brasil, objetivando destacar sua importância no desenvolvimento local e regional, no período de doze anos (2003-2015). O nono capítulo, intitulado “Empresas Juniores e seu Papel Social quanto Projeto de Extensão”, trata-se de um relato de experiência que traz o papel social de uma empresa júnior junto à sociedade.

O décimo capítulo, intitulado “O Caso da ENACTUS: uma rede para atenuar os desafios no uso da pesquisa participativa ativa”, trata-se de um ensaio que examina como os métodos participativos podem desempenhar um papel crucial, produzindo resultados socialmente robustos que contribuem para a solução de problemas complexos. O décimo primeiro capítulo tem como título “Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016” e buscou responder a seguinte questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?. O décimo segundo capítulo, intitulado “Otimização do Ensino Prático por Meio da Utilização da Plataforma SIMULAVest”, teve como objetivo relatar a satisfação de um grupo de discentes facilitadores extensionistas de um projeto de cursinho preparatório na elaboração de simulados através de uma maneira mais dinâmica e prática, que é através da plataforma do *software* SIMULAVest.

O décimo terceiro capítulo tem como título “RochaGo: uma atividade real baseada em um jogo virtual” e trata-se de um estudo prático que buscou aproveitar o conceito geral de busca no mundo real do *game* para fomentar que os alunos do quarto ano do curso de Geologia da UNIMONTE fossem “ao mundo real” buscar rochas reais, em ambientes até então inusitados para eles, na disciplina Geologia do Brasil. O décimo quarto capítulo é intitulado “Um resgate empírico sobre a internacionalização na hotelaria: apresentando um framework das abordagens teóricas no segmento” e buscou propor um resgate de estudos empíricos acerca da internacionalização na hotelaria. O décimo quinto capítulo é intitulado “Opções de Financiamento da Inovação: uma visão do pequeno e médio empresário” e tem o intuito de debater como são compreendidas as políticas de financiamento à pesquisa e ao desenvolvimento para as pequenas e médias empresas no cenário nacional, além de apresentar os mecanismos de financiamento e seu funcionamento nas políticas de divulgação de massa, para a evolução do parque tecnológico no Brasil.

O décimo sexto capítulo tem como título “Eventos para e com o Consumidor. Como? *Design Thinking*” e propõe o uso da Metodologia do *Design Thinking* (imersão, problematização, ideação, prototipagem e teste) para agregar inovações aos encontros de pessoas nos diversos modelos de eventos. O décimo sétimo capítulo é intitulado “A Inovação como Geradora de Competitividade Econômica e Mercadológica: uma análise baseada no setor de serviços na sociedade contemporânea” e propõe uma

reflexão sobre o atual cenário e as perspectivas de inovação no universo da prestação de serviços. O décimo oitavo capítulo tem como título “As Contribuições da Teoria Comportamental da Administração para a Inovação das Políticas de Gestão de Recursos Humanos: O *homo administrativus* como parte central da evolução da organização” e objetivou apresentar as principais características atualmente apresentadas pelas políticas de recursos humanos, verificando as prerrogativas e semelhanças com a Teoria Comportamental. O décimo nono capítulo, intitulado “Excelência no Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016”, teve como objetivo apresentar respostas à questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de Administração, Empreendedorismo e Inovação, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
AS INTENÇÕES EMPREENDEDORAS NA CARREIRA DE <i>DIGITAL INFLUENCER</i>	
Fabio Eduardo de Oliveira Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.1561908051	
CAPÍTULO 2	15
PAPÉIS E DESAFIOS DE MULHERES CIENTISTAS NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO	
Isabel Cruz Pinheiro	
Samara Miyuki Mamede Shimon	
DOI 10.22533/at.ed.1561908052	
CAPÍTULO 3	20
RELAÇÕES DO ESTILO COGNITIVO COM A AUTOEFICÁCIA E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA	
Sabrina do Nascimento	
Suzete Antonieta Lizote	
Amélia Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908053	
CAPÍTULO 4	37
EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: DIFERENTES CONCEITOS E UM MESMO OBJETIVO	
Vitoria Minto Pinatto	
Christiano França da Cunha	
DOI 10.22533/at.ed.1561908054	
CAPÍTULO 5	45
EMPREENDEDORISMO SOCIAL: DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE DE NEGÓCIO DE UM EMPREENDIMENTO SOCIAL	
Ana Paula Cavalcante de Santana	
Aluísio Sampaio Neto	
Andressa de Jesus T. de Lessa	
Deranor Gomes de Oliveira	
Isadora Rodrigues Vasconcelos	
Jairo da Silva Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908055	
CAPÍTULO 6	54
COMUNICAÇÃO PARA A TRANSFORMAÇÃO: EMPREENDEDORISMO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
Marina Jugue Chinem	
DOI 10.22533/at.ed.1561908056	

CAPÍTULO 7 60

EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE MULTIVARIADA DO PROGRAMA MICROEMPREENDEODR INDIVIDUAL – MEI

Jean Gleyson Farias Martins
Walid Abbas El-Aouar
Jizabely De Araújo Atanasio
Graziele Mayara Silva Rocha
Arthur William Pereira Da Silva
Alípio Ramos Veiga Neto
Rodrigo José Guerra Leone

DOI 10.22533/at.ed.1561908057

CAPÍTULO 8 79

UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL

Taís Pentiado Godoy
Leoni Pentiado Godoy
Murilo Sagrillo Pereira
Luana Inês Damke
Domingos Athaides Pires Barbosa Junior
Clandia Maffini Gomes

DOI 10.22533/at.ed.1561908058

CAPÍTULO 9 95

EMPRESAS JUNIORES E SEU PAPEL SOCIAL QUANTO PROJETO DE EXTENSÃO

Sudário Alves Batista

DOI 10.22533/at.ed.1561908059

CAPÍTULO 10 100

O CASO DA ENACTUS: UMA REDE PARA ATENUAR OS DESAFIOS NO USO DA PESQUISA PARTICIPATIVA ATIVA

Alexandre da Trindade e Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.15619080510

CAPÍTULO 11 107

OTIMIZAÇÃO DO ENSINO PRÁTICO POR MEIO DA UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA SIMULAVEST

Igor Antônio Gomes Teles
Gilzamir Ferreira Gomes
George Edson Albuquerque Pinto
Thiago Rodrigues Magalhães
Quitéria Larissa Teodoro Farias

DOI 10.22533/at.ed.15619080511

CAPÍTULO 12 119

“ROCHAGO”, UMA ATIVIDADE REAL BASEADA EM UM JOGO VIRTUAL

Samara Cazzoli y Goya

DOI 10.22533/at.ed.15619080512

CAPÍTULO 13	133
UM RESGATE EMPÍRICO SOBRE A INTERNACIONALIZAÇÃO NA HOTELARIA: APRESENTANDO UM <i>FRAMEWORK</i> DAS ABORDAGENS TEÓRICAS NO SEGMENTO	
Fábio Aurélio de Mario Fabiane Cortez Verdu	
DOI 10.22533/at.ed.15619080513	
CAPÍTULO 14	154
OPÇÕES DE FINANCIAMENTO DA INOVAÇÃO: UMA VISÃO DO PEQUENO E MÉDIO EMPRESÁRIO	
Giuliano Carlo Rainatto Fernando Rodrigues Da Silva Norberto De Almeida Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.15619080514	
CAPÍTULO 15	174
EVENTOS PARA E COM O CONSUMIDOR. COMO? DESIGN THINKING	
Ana Carolina Corrêa Baracho dos Santos Buongiorno Vinicius Diniz De Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.15619080515	
CAPÍTULO 16	185
A INOVAÇÃO COMO GERADORA DE COMPETITIVIDADE ECONÔMICA E MERCADOLÓGICA: UMA ANÁLISE BASEADA NO SETOR DE SERVIÇOS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	
Diego José Casagrande Janaina de Oliveira Natalia Maria Casagrande	
DOI 10.22533/at.ed.15619080516	
CAPÍTULO 17	199
AS CONTRIBUIÇÕES DA TEORIA COMPORTAMENTAL DA ADMINISTRAÇÃO PARA A INOVAÇÃO DAS POLÍTICAS DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: O <i>HOMUS ADMINISTRATIVUS</i> COMO PARTE CENTRAL DA EVOLUÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	
Maria Helena Carvalho Costa Thaís Carneiro de Brito Aline Guimarães Carvalho Maria da Penha Medeiros Noêmia Climintino Leite Olívio Medeiros de Oliveira Netto	
DOI 10.22533/at.ed.15619080517	
CAPÍTULO 18	211
EXCELÊNCIA NO ENSINO DA GESTÃO NO BRASIL: A PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO QUADRIÊNIO 2013-2016	
Marcelo Ribeiro de Carvalho Silva Marcus Brauer Leonel Estevao Finkelsteinas Tractenberg	
DOI 10.22533/at.ed.15619080518	
SOBRE O ORGANIZADOR	233

PAPÉIS E DESAFIOS DE MULHERES CIENTISTAS NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO

Isabel Cruz Pinheiro

Universidade Federal do Pará, Faculdade de Biotecnologia, Centro de Genômica e Biologia de Sistemas – Pará.

Samara Miyuki Mamede Shimon

Universidade Federal do Pará, Faculdade de Biotecnologia, blablabla – Pará.

RESUMO: Este trabalho busca analisar por meio de dados obtidos na literatura, domínios especializados na internet, além da vivência universitária e feminina, alguns fatores que ainda contribuem para a pouca presença de mulheres cientistas, - sobretudo na área do empreendedorismo - no Brasil. Além disso, foi feito um paralelo a uma área ainda pouco conhecida de atuação científica: a Biotecnologia, cuja regularização da formação (PL 3747/2015) encontra-se em trâmite no Legislativo do país. Alguns perfis e perspectivas para a área de atuação foram traçados, a fim de mostrar uma problemática, mas também estimular a presença de mais mulheres em todos os setores aqui apresentados.

PALAVRAS-CHAVE: Biotecnologia; ciência; empreendedorismo; mulheres; perspectivas.

ABSTRACT: This work analyses through data obtained in literature, specialized domains in

the internet, besides university and female experience, some factors that still contribute for the low presence of women in science - especially on entrepreneurship area- in Brazil. Furthermore, there will be a parallel to an area still little known for scientific activity: Biotechnology, whose regularization of academic formation (PL 3747/2015) is under way in the country's legislature. Some profiles and perspectives for an area of action were drawn, in order to show a problematic, but also to stimulate the presence of women in all the sectors presented here.

KEYWORDS: Biotechnology; entrepreneurship; perspectives; science; women.

1 | INTRODUÇÃO

Segundo a UNESCO (2017), mulheres ainda são minoria entre os pesquisadores e desenvolvedores do mundo, totalizando 28,8%. Nas ciências, tecnologia, engenharia e matemática, ainda há uma sub-representação de mulheres. (BLICKENSTRAFF, 2005) Quando se trata de empreendedorismo, cerca de 30% das mulheres do mundo lideram ou idealizam negócios privados, entretanto, poucos desses negócios são considerados de alto impacto e menos de 10% das empresas lideradas por mulheres, recebem algum investimento externo. Além da desigualdade de investimentos, fatores

sociais como educação desigual, sexismo e ainda o desestímulo, são barreiras para a liderança feminina. (SEBRAE NACIONAL, 2018).

Trazendo à realidade brasileira, o número de mulheres que empreendem tem crescido, (SEBRAE, 2015) mesmo enfrentando a jornada dupla entre trabalho e cuidados com o lar. Entretanto, quando se trata de ciência e empreendedorismo, ainda são poucas as mulheres cientistas – relacionadas, sobretudo, à área da Biotecnologia- que empreendem, segundo pesquisa própria apresentada neste artigo. Além dos desafios comuns ao empreendedorismo relacionados ao gênero, a questão do pouco conhecimento sobre o profissional e sua área de atuação além das perspectivas de seguir a profissão fora do âmbito acadêmico, são fatores que contribuem para a pouca atuação feminina nesse espaço.

2 | OBJETIVOS

Mostrar os desafios e oportunidades das mulheres na ciência e empreendedorismo – sobretudo na área da Biotecnologia -, correlacionando com os dados obtidos e sua vivência, além das perspectivas de mercado.

3 | METODOLOGIA

A metodologia aplicada no presente trabalho é baseada em pesquisa acadêmica e em enquete realizada com profissionais da área.

Primeiramente, será definido o perfil do empreendedor no Brasil. Em seguida, será feito um paralelo com o perfil dos cientistas e o porquê desse setor carecer de profissionais que empreendem. Serão expostos também os desafios enfrentados por mulheres cientistas e empreendedoras nesse meio e, por fim, apresentados dados de uma enquete realizada no grupo online da Liga Nacional dos Acadêmicos em Biotecnologia a respeito de onde os profissionais graduados estão atuando.

4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil do Empreendedor

Segundo o IBGE, o número de empreendedores no país cresceu 22% entre 2001 e 2014. Sua renda média mensal é de R\$2.036,00, sendo que somente 13% recebem mais de cinco salários mínimos. Esta parcela é representada principalmente por trabalhadores informais e que atuam em posições mais precárias do mercado de trabalho, onde não é exigido alto grau de escolaridade. Esse é um fator determinante na chance de sobrevivência do negócio, já que pessoas com maior grau de instrução tendem a empreender por oportunidade, e não por necessidade (GEM Brasil, 2015).

Fatores como status social e o medo de fracassar podem influenciar negativamente o potencial empreendedor. Em 2015, 50,5% dos brasileiros afirmaram que o medo de fracassar não os impediria de montar um novo negócio. Isso evidencia um perfil receoso quando comparado a outros países, como os Estados Unidos, por exemplo (GEM Brasil, 2015).

O percentual da população que enxerga boas oportunidades para abrir uma empresa foi de 42,4% em 2015, o que reflete a retração da economia. Entre os fatores que contribuem a favor do empreendedor brasileiro, estão a auto percepção do potencial pelo povo e o amplo acesso à informação. Já entre os fatores que limitam esse potencial, estão as políticas governamentais e o déficit na educação (GEM Brasil, 2015).

4.2 Perfil do Cientista

A biotecnologia é a área da ciência que utiliza organismos vivos para modificação e obtenção de produtos. Seu desenvolvimento mais recente ocorreu com o avanço de conhecimentos sobre genomas, microbiologia e biologia molecular. As aplicações desse setor vão desde a indústria alimentícia, até desenvolvimento de insumos farmacêuticos (VIALTA, 2016).

Empresas de biotecnologia bem sucedidas são construídas por indivíduos dominantes dos saberes científicos para criar tecnologias e serviços em favor do benefício da comunidade. O biotecnologista que empreende se difere de qualquer empreendedor, pois além de terem personalidade independente, confiante, apaixonada, persistente e capacidade de suportar longas jornadas de trabalho, muitas das vezes também apresentam nível de PhD ou MBA e uma carreira estável (SHIMASAKI, 2009).

Entre os desafios enfrentados, está a incerteza causada por resultados imprevisíveis de pesquisas, e um longo período de pesquisa até chegar ao produto final. A comercialização de drogas e outros insumos farmacêuticos podem render cerca 15 anos de trabalho. Dependendo do produto, o valor do investimento pode atingir cerca de US\$50 milhões, além de valores sobre processos regulatórios. Por fim, o risco dobrado em ter um produto novo no mercado, devido a tecnologias de base biológica que geralmente tem baixa aceitação pela população (SHIMASAKI, 2009).

No geral, são percebidos três perfis de cientistas empreendedores: aqueles que trabalham em universidades ou institutos; os atuantes em empresas de biotecnologia; e executivos entusiastas de produtos biotecnológicos, mas que não são cientistas (SHIMASAKI, 2009);

Em pesquisa realizada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação a respeito da distribuição dos pesquisadores por setores institucionais, é possível notar que em países como Estados Unidos, Canadá e Japão, os pesquisadores se encontram atuando principalmente em empresas, enquanto que no Brasil, a maior parte atua em universidades. Isso está diretamente relacionado com o número de patentes depositadas por esses países.

Boa parte dos cientistas seguiu esse ramo por saberem lidar melhor com experimentos do que com pessoas, já que durante a graduação, são exercidas principalmente habilidades científicas, e não interpessoais ou empreendedoras (SHIMASAKI, 2009).

4.3 Desafios das Mulheres

Atualmente, cerca de 30% das ideias de negócios que surgiram ao redor do mundo foram propostas por mulheres. No entanto, apenas uma pequena parcela é considerada de alto impacto, devido ao investimento desigual. Menos de 10% das empresas lideradas por mulheres recebem financiamento externo. É estimado que se esse investimento fosse igual ao concedido por homens, seis milhões de empregos seriam gerados em apenas cinco anos (SEBRAE, 2015).

Mesmo que 70% dos líderes de negócio acreditem que a igualdade de gênero é um fator importante para o desenvolvimento da empresa, o número de mulheres em cargos altos de empresas cresceu apenas 5% nos últimos 4 anos. Além disso, 43% das mulheres veem o medo como um empecilho para construir seu próprio empreendimento, enquanto essa porcentagem de homens é de 34% (SEBRAE, 2015).

Ao redor do mundo, cerca de 60% das mulheres são privadas do acesso à educação, e é nesse ambiente que são desenvolvidas as primeiras habilidades interpessoais necessárias para empreender. Isso também reflete no networking adquirido pelo gênero: 42% dos homens são mais propícios de conhecer alguém que tenha empreendido nos últimos dois anos, enquanto essa porcentagem de mulheres cai para 27% (SEBRAE, 2015).

A realidade das mulheres na ciência não é muito diferente. Em 2016, apenas seis dos 77 premiados pelo American Chemical Society National Awards eram mulheres. Homens e mulheres apresentam grande diferença de perspectiva: pesquisa mostra que mulheres se consideram 20% menos valiosas para o mercado do que homens, porque em geral, elas possuem maior tendência em questionar seus conhecimentos, habilidades e decisões. Além disso, é menos provável que mulheres, principalmente em ambientes em que são minoria, questionem sobre qualquer assunto, inclusive sua carreira (WILSON, 2017).

Outro problema é que, geralmente, quando ninguém se voluntaria para uma tarefa no ambiente de trabalho, a mulher sente a obrigação de realizá-la. Essa relutância em dizer “não” pode ocasionar sobrecarga de atividades e perda de sua eficiência (WILSON, 2017).

Segundo dados de uma pesquisa realizada em um grupo online, a maioria dos formandos (58,6%) estão concentrados em pós-graduações, em terceiro lugar (12,4%), atuando em empresas particulares, sendo 64% destes, mulheres (8% do total de formados). Em quinto lugar, estão os que estão empreendendo, sendo apenas 2,8% do total e o número de mulheres que atuam é ainda mais baixo: 8% do total de empreendedores e 0,2% do total de formados. Cabe acrescentar aqui uma relutância

que atinge a quem está dentro dos três perfis apresentados: o fato de a Biotecnologia ainda não ser uma profissão reconhecida e regulamentada no país, causando ainda certa desconfiança.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados apresentados ao longo do trabalho, é nítida a inequidade de gênero no mercado de trabalho empreendedor e na ciência, sugerindo a necessidade de mais incentivo da parcela feminina da população para ir em busca de conhecimento e impor suas idéias com maior frequência.

Mulheres bem sucedidas na ciência e no empreendedorismo são de extrema importância para reafirmar sua capacidade e inspirar outras mulheres, promovendo cada vez mais a igualdade de gênero nesses setores.

REFERÊNCIAS

BLICKENSTAFF*, Jacob Clark. Women and science careers: leaky pipeline or gender filter?. **Gender And Education**, [s.l.], v. 17, n. 4, p.369-386, out. 2005. Informa UK Limited.

NACIONAL, Sebrae. **Os desafios da mulher empreendedora**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

SEBRAE. **Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas**. 2015. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/04/Anuário-Mulheres-final-2014-2015.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

SHIMASAKI, Craig D.. What Makes a Biotech Entrepreneur? **The Business Of Bioscience**, [s.l.], p.9-26, 2009. Springer New York.

VIALTA, Ailton. **O que é biotecnologia?** 2016. Disponível em: <<http://cib.org.br/faq/o-que-e-biotecnologia/>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

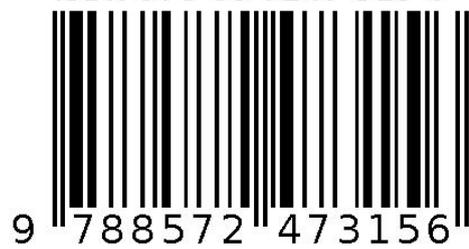
WILSON, Angela K.. Challenges and opportunities for women in science. **Nature Reviews Chemistry**, [s.l.], v. 1, n. 5, p.1-4, 10 maio 2017. Springer Nature

SOBRE O ORGANIZADOR

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-315-6



9

788572 473156