

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann
(Organizadores)



Administração, Empreendedorismo e Inovação 5

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann
(Organizadores)



Administração, Empreendedorismo e Inovação 5

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

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

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
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. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
A238	Administração, empreendedorismo e inovação 5 [recurso eletrônico] / Organizadores João Dallamuta, Luiz César de Oliveira, Henrique Ajuz Holzmann. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo e Inovação; v. 5) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-776-5 DOI 10.22533/at.ed.765191111 1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações tecnológicas. I. Dallamuta, João. II. Oliveira, Luiz César de. III. Holzmann, Henrique Ajuz. IV. Série. CDD 658.421
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Esta obra é composta por pesquisas realizadas por professores de cursos de gestão. Optamos por uma abordagem multidisciplinar por acreditarmos que esta é a realidade da pesquisa em nossos dias.

Optamos pela separação em áreas amplas de conhecimento. No volume 1, trabalhos com uma abordagem empreendedora. No volume 2, trabalhos com vertentes em comportamento do consumidor e mercados. E no volume 3 uma abordagem gerencial ampla.

A realidade é que não se consegue mais compartimentar áreas do conhecimento dentro de fronteiras rígidas, com a mesma facilidade do passado recente. Se isto é um desafio para trabalhos de natureza mais burocrática como métricas de produtividade e indexação de pesquisa, para os profissionais modernos está mescla é bem-vinda, porque os desafios da multidisciplinariedade estão presentes no mercado e começam a ecoar no ambiente mais ortodoxo da academia.

Aos autores e editores, nosso agradecimento pela oportunidade de organização da obra, críticas e sugestões são sempre bem-vindas.

Boa leitura

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
COMPORTAMENTO DE COMPRA DAS GERAÇÕES Y E Z NO VESTUÁRIO	
Oswaldo Daniel dos Santos Pinheiro	
DOI 10.22533/at.ed.7651911111	
CAPÍTULO 2	19
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE ATIVIDADES FÍSICAS DESPORTIVAS EM ACADEMIAS DE GINÁSTICA	
Silvana Saionara Gollo	
Angelita Freitas da Silva	
Keila Cristina Rosa	
Rayssa Oliveira	
Priscila Serrão	
DOI 10.22533/at.ed.7651911112	
CAPÍTULO 3	34
A PERSONALIDADE DA MARCA CURITIBA DO PONTO DE VISTA DOS MORADORES NATIVOS E NÃO NATIVOS NA CIDADE	
Elaine Cristina Arantes	
Consuelo Pontarolo	
DOI 10.22533/at.ed.7651911113	
CAPÍTULO 4	47
A INFLUÊNCIA DO PRECONCEITO NA DECISÃO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR	
Bárbara Conte	
George Bedinelli Rossi	
DOI 10.22533/at.ed.7651911114	
CAPÍTULO 5	59
TRAÇOS DE PERSONALIDADE E PERSISTÊNCIA DISCENTE EM CURSOS DE GRADUAÇÃO NA MODALIDADE A DISTÂNCIA	
Lívia Teixeira Lemos	
Ariana Da Rós Soprani	
Teresa Cristina Janes Carneiro	
DOI 10.22533/at.ed.7651911115	
CAPÍTULO 6	71
TRAJETÓRIAS DE CARREIRA, COMPROMETIMENTO E PERCEPÇÃO DE SUCESSO COM E NA CARREIRA: UM ESTUDO COM POLICIAIS MILITARES DA CIDADE DE BELO HORIZONTE	
Rodrigo Barreto Esquarcio	
DOI 10.22533/at.ed.7651911116	
CAPÍTULO 7	89
MÃES EM TEMPOS DE CIBERCULTURA: MATERNIDADE, INTERNET E CONSUMO	
Gabriela Rocha Barros Coelho	
Janaina de Holanda Costa Calazans	
DOI 10.22533/at.ed.7651911117	

CAPÍTULO 8	102
NEUROMARKETING E SUA INFLUÊNCIA NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO DO CONSUMIDOR	
Luanna Herculano Lira Francisco de Assis da Silva Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.7651911118	
CAPÍTULO 9	118
O COMPORTAMENTO DE <i>MARKET TIMING</i> NO MERCADO DE AÇÕES BRASILEIRO: UMA ANÁLISE POR SETOR	
Matheus da Costa Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.7651911119	
CAPÍTULO 10	132
O PAPEL DA MULHER NO CONTEXTO DAS ORGANIZAÇÕES DO SÉCULO XXI: DESAFIOS, LIMITES E POSSIBILIDADES DE SUA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO DA BAIXADA FLUMINENSE	
Maria Cecilia Bezerra Tavares	
DOI 10.22533/at.ed.76519111110	
CAPÍTULO 11	141
SUSTENTABILIDADE NO SETOR SUPERMERCADISTA: ESTUDO DAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS E INOVADORAS EM UM SUPERMERCADO DO INTERIOR DO BRASIL	
Thamires Solda Sérgio Luis Dias Doliveira Simone Soares	
DOI 10.22533/at.ed.76519111111	
CAPÍTULO 12	151
TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS NA ORGANIZAÇÃO	
Rosineia Oliveira dos Santos Luis Fernando Ferreira de Araújo	
DOI 10.22533/at.ed.76519111112	
CAPÍTULO 13	173
DIDÁTICA DA GESTÃO DO CONHECIMENTO NO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO	
Adelcio Machado dos Santos Fernando José Spanhol Francisco Antônio Pereira Fialho	
DOI 10.22533/at.ed.76519111113	
CAPÍTULO 14	193
IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS NO EMPREENDEDORISMO: ESTUDO DE CASO EM UMA CONFEITARIA	
Rosana Martins Débora Volpato Vanilisa Pereira Silvano de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.76519111114	

CAPÍTULO 15	204
MEDIÇÃO DA GOVERNANÇA CORPORATIVA NAS PLATAFORMAS DE FINANCIAMENTO COLETIVO NO BRASIL – <i>CROWDFUNDING</i> DE RECOMPENSA	
Roque de Moraes Martins Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte	
DOI 10.22533/at.ed.76519111115	
CAPÍTULO 16	217
ANÁLISE DO DESENVOLVIMENTO DE MARCAS PRÓPRIAS SOB A PERSPECTIVA DO FORNECEDOR: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR DE ALIMENTOS	
Daniel Ferreira Hassel Mendes Bento Alves da Costa Filho	
DOI 10.22533/at.ed.76519111116	
CAPÍTULO 17	233
CANAL COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA (<i>CHAT</i>): PERCEPÇÃO DO CLIENTE BANCÁRIO	
Gustavo Scortegagna Jorge Luiz Henrique	
DOI 10.22533/at.ed.76519111117	
CAPÍTULO 18	253
ADEQUAÇÃO DOS MÉTODOS DE PREVISÃO ÀS ESPECIFICIDADES DAS DEMANDAS: UM ESTUDO NO PCP DE UMA EMPRESA PÚBLICA	
Bruna Vasconcellos de Araujo Marco Aurelio Carino Bouzada	
DOI 10.22533/at.ed.76519111118	
CAPÍTULO 19	272
A IMPLANTAÇÃO DA METODOLOGIA KAIZEN NO ATENDIMENTO AO CLIENTE COMO FERRAMENTA INFLUENCIADORA NA COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS	
Altino Gomes de Oliveira Jucicleide das Mercês Nascimento Árgila Gonçalves de Carvalho Santana	
DOI 10.22533/at.ed.76519111119	
CAPÍTULO 20	284
AÇÕES DE GOVERNANÇA DIGITAL EM PROL DO ESTADO DEMOCRÁTICO	
Neusa Maria da Costa Gonçalves Salla Angelo Abramowicz Gean Carlo Schuster Konrath Grace Kelly Holtz Scremin Márcio Ezequiel Diel Turra	
DOI 10.22533/at.ed.76519111120	

CAPÍTULO 21	299
O ENSINO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL: REFLETINDO SOBRE CURRÍCULOS, CURSOS E FORMAÇÃO DE ADMINISTRADORES	
Aline Louise Kerch Elaine Di Diego Antunes	
DOI 10.22533/at.ed.76519111121	
SOBRE OS ORGANIZADORES.....	310
ÍNDICE REMISSIVO	311

O PAPEL DA MULHER NO CONTEXTO DAS ORGANIZAÇÕES DO SÉCULO XXI: DESAFIOS, LIMITES E POSSIBILIDADES DE SUA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO DA BAIXADA FLUMINENSE

Maria Cecilia Bezerra Tavares

Universidade Estácio de Sá – Faculdade de
Negócios – Curso de Administração
Rio de Janeiro – Rio de Janeiro

THE ROLE OF WOMEN IN THE CONTEXT
OF 21ST CENTURY ORGANIZATIONS:
CHALLENGES, LIMITS AND POSSIBILITIES
OF ITS PARTICIPATION IN THE
FLUMINENSE LABOR MARKET

RESUMO: Este artigo é o produto final de um projeto de Iniciação Científica criado na graduação de Administração da Universidade Estácio de Sá – UNESA (Brasil) cujo objetivo foi elaborar pesquisa sobre discriminação de gênero e ascensão profissional da mulher nas organizações brasileiras. A fundamentação teórica advinda da pesquisa bibliográfica, alinhada aos conceitos de organização obtidos na graduação e a realização de pesquisa de campo envolvendo alunos da graduação em Administração e executivas da Baixada Fluminense, conduziram a experiência das alunas do projeto, inseridas nos extratos extremos da desigualdade no Brasil: mulher, negra, pobre e moradora de periferia. A conclusão alcançada com os resultados da pesquisa revela que a transposição do abismo social requer o enfrentamento da realidade, tal como se apresenta, e o envolvimento/atuação de diferentes atores sociais como Universidade, governo, empresas e sociedade civil organizada

PALAVRAS-CHAVE: Administração de empresas; Discriminação de gênero; Gestão Feminina; Censo IBGE; curso de graduação.

ABSTRACT: This article is the final product of a Scientific Initiation project created at the undergraduate degree in Business Administration at Estácio de Sá University - UNESA (Brazil), whose purpose was to elaborate research on gender discrimination and professional advancement of women in Brazilian organizations. The theoretical foundation coming from the bibliographical research, aligned with the organizational concepts obtained in the undergraduate program and the conduction of field research involving undergraduate Business Administration students and executives from the Baixada Fluminense, led the experience of the project students, inserted in the extreme extracts of inequality in the field. Brazil: woman, black, poor and peripheral resident. The conclusion reached with the research results reveals that the transposition of the social abyss requires the confrontation of reality, as presented, and the involvement / performance of different social actors such as University, government, business and organized civil society.

KEYWORDS: Business Administration; Gender discrimination; Female management; IBGE

census; graduation course.

1 | INTRODUÇÃO

A realidade nacional-regional das diferenças de gênero no Brasil revela o aumento do número de mulheres com mais anos de estudos, em ocupações profissionais formais e como responsáveis pelas famílias e domicílios. As informações reveladas no Censo considera que a ampliação do número de anos de estudos das brasileiras pode ser um dos principais fatores para seu acesso ao mercado de trabalho formal nos centros urbanos. Infelizmente esta realidade predominantemente se concentra na parte da população “branca, cônjuge, com idade entre 25 e 44 anos com 4 a 11 anos de estudo” (SCORZAFAVE, MENEZES-FILHO, 2006).

O acesso de mulheres ocupando postos de trabalho com melhor remuneração tem impactado as relações sociais nas organizações e provocado uma nova dinâmica nos modelos tradicionais de gestão. Considera-se que no setor de serviços exista uma maior concentração do gênero feminino o que impacta a economia brasileira já que o mesmo apresenta forte participação no PIB do Brasil. Jacinto e Ribeiro (2015, p. 410) mostram que entre os anos de 2002-2009 a participação do setor de serviços na economia do país era maior que a da agricultura e da indústria, ficando abaixo apenas 5% do comércio.

Entenda-se que a crescente participação da mulher na economia provoca mudanças nos padrões de consumo, altera a lógica de ocupação de cargos de chefia nas empresas possibilitando o surgimento de diferentes relações sociais e tornando o mercado de recursos humanos mais competitivos. Estas relações induzem a mudanças de comportamento dentro das organizações que requerem ações inovadoras nos processos de gestão exigindo permanentes atualizações nos currículos dos cursos de graduação.

A questão de gênero nas organizações brasileiras requer estudos mais direcionados na gestão feminina e suas especificidades. Os cursos de graduação em Administração, apesar das mulheres serem maioria, ainda realizam sua formação dentro de modelo que segue a ótica masculina.

A relevância do papel das Universidades brasileiras, como centros de formação e gerador de conhecimento a partir do tripé Ensino-Pesquisa-Extensão, representa o ambiente propício para estudos organizacionais.

O tema que traz este artigo surgiu da realização de um Projeto de Iniciação Científica na graduação de Administração da Universidade Estácio de Sá em seu Campus na Cidade de Nova Iguaçu situada na Baixada Fluminense, região metropolitana do Rio de Janeiro, cujo objetivo foi a realização de estudos de gênero envolvendo o papel da mulher na sociedade do Século XXI e sua inserção na gestão de empresas.

As alunas que participaram do projeto atuaram na pesquisa de campo do

perfil dos alunos da graduação de Administração do Campus e da identificação das executivas de empresas na Baixada Fluminense. O mesmo grupo também ajudou na realização do I Fórum de Administradoras do Século XXI que contou com a participação de mulheres integrantes das Forças Armadas, gestoras sociais e acadêmicas que durante o evento fizeram relatos sobre suas experiências profissionais e pessoais. Este trabalho representa os resultados alcançados com o projeto.

2 | POR QUE REALIZAR ESTUDOS SOBRE GESTÃO FEMININA NA UNIVERSIDADE?

O Censo do Ensino Superior de 2012 mostra a predominância do Gênero feminino no número de matrículas no país nas etapas de ingresso, matrícula e conclusão de curso. O curso de graduação em Administração foi o segundo mais procurado pelas mulheres com 460.149 matriculadas, perdendo apenas para a graduação em Pedagogia com 556.283 alunas (BRASIL, 2013).

Grzybovski, Boscarin e Migott (2002) mostram a existência de uma forte diferenciação do modelo feminino de gestão nas empresas. Elementos como a empatia, a honestidade, a estima do ser humano e o companheirismo predominaram entre as gestoras que participaram de sua pesquisa. As administradoras de empresas “apresentam estilo de liderança mais voltado para as pessoas do que para as tarefas, porém são muito orientadas para o poder, assumindo postura gerencial mais baseada no modelo masculino de gestão”.

Apesar dos avanços femininos mostrados pelo Censo do IBGE, também foi mostrado que houve poucos avanços na redução das desigualdades de gênero. As mulheres predominam nas ocupações formais em áreas de menor remuneração, chegando, em média, a receber 68% dos ganhos da população masculina. As diferenças se acentuam ainda mais quando fatores como região do país e cor ou raça entram nos critérios de avaliação.

Esta situação aponta para a concentração de mulheres em atividades onde podem cumprir duplas ou triplas jornadas de trabalho para compor a renda familiar. É marcante a predominância do gênero feminino em áreas como educação e saúde, tanto no setor público quanto no privado, em função do crescimento destes setores e a crescente necessidade de mão-de-obra que apresentam, revelado pelo Relatório de Gênero do IBGE.

Fora destes setores existem realidades a serem enfrentadas pelas mulheres que ascendem aos cargos de maior nível de escolaridade nas empresas tais como: dificuldade de acesso, remuneração desigual e ascensão profissional, fatores que envolvem o ambiente interno das organizações. Fora delas os desafios permanecem como a falta de estrutura e apoio familiar em relação às tarefas doméstica e criação dos filhos, que implicam em duplas ou triplas jornadas de trabalho das profissionais

atuantes no mercado de trabalho (BRUSCHINI, PUPPIN, 2004).

Os cursos que oferecem maior distância entre gêneros, segundo o mesmo documento, foram as Engenharias e formação de professor de educação física. As discriminações de gênero se ampliam nas regiões onde a oferta de ensino superior se torna mais precária, mantendo o número de mulheres fortemente concentrados em ocupações de baixa remuneração devido a baixa escolaridade. Em relação aos concluintes do ensino superior, o Censo revela que as Regiões Norte e Nordeste do Brasil formaram metade dos profissionais que as demais regiões..

Bruschini e Puppini (2004) apresentam evidências de maior concentração de mulheres na baixa gerência das empresas e como estes números caem em relação aos cargos mais próximos da alta administração.

No Brasil, dos 42.276 cargos de diretoria computados pela Rais no ano 2000, 23,6% eram ocupados por mulheres. Ao analisar as empresas segundo o ramo de atividade, no entanto, verifica-se que os empregos femininos em nível de diretoria predominam em empresas de serviços comunitários e sociais, nas quais pouco mais da metade dos cargos desse nível eram ocupados por mulheres (BRUSCHINI, PUPPIN, 2004)

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE,2010) divulgou em seu relatório final das estatísticas de gênero do Censo Demográfico de 2010 o predomínio da população feminina no Brasil e seu crescimento na população economicamente ativa do país. Segundo o Relatório, dos 160,3 milhões de brasileiros moradores de áreas urbanas no país 51,77% são mulheres.

Apesar do aumento quantitativo de participação econômica de mulheres no país, o relatório não dá sinais de ganhos sociais para as brasileiras. Outros números evidenciam a urgente necessidade de ações voltadas à redução das desigualdades de gênero no Brasil, já que:

- 39,3% do total das famílias em áreas urbanas identificadas no Censo 2010 tinham a mulher como responsável e apenas um terço dessas famílias possuem renda *per capita* maior de dois salários mínimos;
- 30,3% das famílias que contam com filhos menores de cinco anos têm a mulher como responsável onde a falta de creches um fator que potencialmente afeta a inserção ou a evolução da mulher no mercado de trabalho;
- Mesmo as mulheres apresentando maior escolaridade, ainda são significativas os diferenciais de rendimento entre homens e mulheres;
- A média da contribuição do rendimento das mulheres brasileiras foi de 40,9% e nos homens este valor foi 59,1%. Estes valores se diferenciam entre as regiões do país;
- Homens e mulheres têm inserções diferentes no mundo do trabalho. As mulheres são atingidas por segregação, concentradas em nichos de trabalho

menos valorizados, e discriminação, muitas vezes com menores remunerações em funções idênticas às exercidas pelos homens.

O Fórum Econômico Mundial monitora o *ranking* internacional de igualdade de gênero no qual o Brasil ocupa em 2016 a 121ª posição de 147 países, só obtendo destaque no quesito educação onde as mulheres são maioria. Dados do Censo do Ensino Superior de 2012, mostra que as mulheres representam 55,5% do número de matrículas no Nível Superior do Brasil. Os três primeiros cursos entre os dez mais procurados foram: Pedagogia 23%, Administração 19% e Direito 16%, (BRASIL, 2012)

Os números acima citados evidenciam a necessidade de políticas públicas inclusivas e igualitárias para as brasileiras economicamente ativas habitantes das áreas urbanas. As empresas no Brasil representam organizações que, quanto ambiente social, refletem os dados apurados no Censo.

Movimentos organizados voltados para a redução destes números podem se originar nos cursos de graduação das Universidades brasileiras produzindo atividades de pesquisa envolvendo docentes, discentes e dirigentes de empresas que, atuando juntos, poderão mover ações que produzam conhecimento sobre a real situação da mulher economicamente ativa da Região Sudeste do Brasil à partir da implantação de um amplo espaço para debates que possam apontar caminhos possíveis na formação de profissionais de Nível Superior voltados à redução da discriminação de gênero na sociedade brasileira.

Dentro desta concepção, qual seria o papel da Universidade brasileira para melhorar a posição do Brasil no *ranking* do Fórum Econômico Mundial? Como poderia promover ações em seus cursos voltadas à redução da desigualdade de gênero no país?

O Núcleo Baixada da Universidade Estácio de Sá, no qual a Unidade Nova Iguaçu está inserida, foi o que apresentou maior crescimento em número de alunos no ano de 2014. Nele predomina a presença de mulheres na graduação em Administração, o que induz algumas questões tais como: os municípios onde estão instaladas as unidades do Núcleo Baixada refletem a realidade nacional da pesquisa de gênero do IBGE no país? As Administradoras que atuam nas empresas da Baixada Fluminense enfrentam os problemas apontados no Censo de 2010? De que maneira a Universidade pode contribuir para a redução das desigualdades de gênero no setor produtivo local em seu processo de formação de recursos humanos para este mercado de trabalho? E porque o curso de Administração de Empresas é tão relevante neste processo?

Foi a busca de respostas para estas questões que levou a realização de um projeto produtividade na instituição voltado a identificar o perfil sócio-econômico das alunas do curso de Administração da Unidade Nova Iguaçu do Núcleo Baixada (a pesquisa coletou dados durante os anos de 2015, 2016 e 2017) e a identificação de empresas locais onde haviam mulheres ocupando cargos de gestão. O projeto

também criou o Fórum Administradoras do Século XXI para representar um espaço de debates sobre os *desafios, limites e possibilidades da participação da mulher Administradora nas empresas da Baixada Fluminense*, tema e título deste artigo.

A intenção foi criar movimento para estabelecer um diálogo entre mercado de recursos humanos e mercado de trabalho que orientasse a melhorias no processo de formação do profissional do curso de Administração de Empresas na Universidade e, desta forma, contribuir com a inserção da administradora nos níveis executivos das empresas e a redução dos fatores inibidores de seu acesso a alta gerência das organizações da Baixada Fluminense.

O Projeto de Iniciação Científica representou a atividade que permitiu a participação discente nestas atividades.

3 | O QUE ACONTECE QUANDO AS MULHERES PARTICIPAM DE PROJETOS DE PESQUISA NA UNIVERSIDADE?

As diferenças de gênero reveladas pelo Censo IBGE 2010 se ampliam para além das relações sociais e afetivas no Brasil. Elas alcançam os setores produtivos da economia criando barreiras de acesso às profissões e cargos de melhor remuneração para as mulheres nas empresas. O mesmo não acontece com o acesso ao ensino formal.

As Universidades brasileiras possuem fatores de inclusão em seus cursos de graduação para as mulheres no país. Mesmo diante das significativas desigualdades regionais, ainda é possível encontra-las em cursos de nível superior em todos os estados da federação. No ano de 2015 o Censo do Ministério da Educação mostrou 2.642.485 mulheres matriculadas entre os dez primeiros cursos de graduação contra 1.676.333 de homens.

Por acaso o aumento de mulheres com graduação estaria contribuindo para a redução das desigualdades de gênero tão fortemente arraigadas na sociedade brasileira?

Esta foi uma das questões que constaram no Projeto de Produtividade aprovado em 2016 de minha autoria cujo objetivo foi apurar os dados de uma pesquisa de perfil de alunas do curso de Administração, realizar uma pesquisa de campo com executivas da Baixada Fluminense e fazer a primeira edição do Fórum de Administradoras do Século XXI no Campus de Nova Iguaçu.

As mesmas ações inspiraram a formulação de um Projeto de Iniciação Científica aprovado para o período 08/2017 a 08/2019 com dois alunos bolsistas e três voluntários, haviam quatro mulheres neste grupo.

Os números alcançados com o Projeto Produtividade 2017 foram:

a) Pesquisa Perfil discente feminino da UNESA Nova Iguaçu realizada com 521 questionários durante cinco semestres (2015 – 2017)

- 61,8% é a quantidade de discentes de gênero feminino da pesquisa;
- A média de idade é de 23 anos;
- 48% são bolsistas FIES, 9% bolsistas PROUNI, 20% pagam do próprio bolso e 19% são custeadas pela família;
- 94% não possuem formação superior anterior;
- 72% são solteiras;
- 54% se declararam pardas ou negras;
- 72,5% não tem filhos;
- 35% trabalham em empresas localizadas na Baixada Fluminense das quais 49% das que trabalham no setor de serviços estão 72% em empresas com até 50 funcionários;
- 39,5% das alunas não estavam trabalhando quando responderam o questionário;
- 97% são moradoras da Baixada Fluminense
- 83% são dependentes econômicos de parentes ou parceiros
- 83% dos pais das alunas tem escolaridade até o ensino médio, sendo que quase metade com apenas o fundamental completo;
- 77% escolheu o curso em função do mercado de trabalho;
- As alunas que declararam trabalhar em empresas da Baixada Fluminense que admitem mulheres em seus quadros (106 empresas) revelaram as seguintes dificuldades de ascensão profissional: 29% indicaram progressão funcional limitada, 17% salário mais baixo e 16% vagas em setores restritos;
- Após se formar no curso de Administração 56% destas alunas pretendem buscar fazer carreira em outra empresa e 68% responderam que o setor de Recursos Humanos é a área da empresa que admite mulheres administradoras

b) Executivas das Baixada Fluminense

Foram identificadas cinco executivas de empresas localizadas na Baixada Fluminense, mas apenas uma autorizou a entrevista.

c) Realização do I Fórum de Administradoras do Século XXI

O evento aconteceu entre os dias 11 e 15 de setembro no horário noturno com os palestrar ocorrendo simultaneamente nas salas de aula dos alunos. Os números alcançados foram:

- 1100 alunos do curso de Administração da UNESA Nova Iguaçu estiveram presentes nas palestras do evento;

- 10 representantes de empresas da Baixada Fluminense assistiram as palestras;
- 5 alunos de outras instituições assistiram as palestras;
- 26 palestrantes;
- 20 professores colaboradores do curso de administração;
- 6 professores colaboradores de outros cursos;
- 5 alunas do Projeto de Iniciação Científica;
- 15 alunos voluntários do curso de Administração;
- 3 empresas patrocinaram parte do evento.

A realização do Fórum cumpriu a agenda da Semana da Administração com o compromisso de emissão de certificado de participação para todos os envolvidos. No modelo de 2017 a estrutura dos temas foi elaborada em três eixos temáticos: Gestoras Militares, Gestoras Sociais e Gestoras Acadêmicas. As palestras proferidas abordaram assuntos como formação, família e atuação na gestão de empresas públicas, sociais e privadas.

E o que o projeto trouxe de contribuição para a formação dos discentes dos envolvidos?

Segundo o relato das mesmas: vivenciar o planejamento de execução de um projeto, entender o papel da mulher na sociedade e nas organizações, se compreender como sujeito capaz de realizar transformações em seu meio à partir do esforço coletivo.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do projeto trouxe a tona questões pouco discutidas no curso de graduação em Administração. Apesar de estar entre os mais procurados pelas brasileiras, segundo o Censo do Ministério da Educação, a discriminação e o sexismo não são abordados no processo de formação das futuras gestoras.

Trazer o tema para o centro de debates envolvendo diferentes atores apenas mostrou que as questões nacionais do país fazem parte do contexto das alunas da Universidade.

O acesso ao sistema de bolsas e financiamento governamental pelas alunas do curso, durante o período analisado do projeto, apontou a procura por ascensão econômica e social.

A Universidade no Brasil pode oferecer maiores e melhores contribuições voltadas para a redução das desigualdades dentro das organizações através do enfrentamento da realidade do país ainda no processo de formação discente.

Enfrentar o sexismos que se estrutura nos modelos de gestão de empresas no

país é buscar por melhores condições de trabalho e qualidade de vida das mulheres que integram as diferentes atividades econômicas no Brasil.

São ainda longos os caminhos a serem percorridos para a superação das desigualdades já que a realidade nacional representa a realidade local.

Mulheres e homens podem se unir em esforços na busca por justiça social e as atividades de extensão e projetos de pesquisa nas Universidades podem representar um caminho.

REFERÊNCIAS

BRASIL, MINISTERIO DA EDUCAÇÃO. RESULTADOS CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR 2012. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14153-coletiva-censo-superior-2012&Itemid=30192 acesso em: 12/04/2016

BRUSCHINI, Cristina. PUPPIN, Andrea Brandão. TRABALHO DE MULHERES EXECUTIVAS NO BRASIL NO FINAL DO SÉCULO XX. Cadernos de Pesquisa, v. 34, n. 121, jan./abr. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/v34n121/a06n121.pdf> Acesso em: 10/04/2016

GRZYBOVSKI, Denize. BOSCARIN, Roberta. MIGOTT, Ana Maria Bellani. Estilo Feminino de Gestão em Empresas Familiares Gaúchas. RAC, v. 6, n. 2, Maio/Ago. 2002: 185-207. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552002000200011 acesso em: 12/04/2016

IBGE, Censo Demográfico 2010. Estatística de Gênero. Uma Análise dos resultados do Censo Demográfico 2010. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv88941.pdf> acesso em 21/10/2016.

JACINTO, Paulo de Andrade. RIBEIRO, Eduardo Pontual. CRESCIMENTO DA PRODUTIVIDADE NO SETOR DE SERVIÇOS E DA INDÚSTRIA NO BRASIL: DINÂMICA E HETEROGENEIDADE. Economia Aplicada, v. 19, n. 3, 2015, pp. 401-427. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-80502015000300401 acesso em: 10/04/2016.

SCORZAFIVE, Luiz Guilherme. MENEZES-FILHO, Naércio. Caracterização da participação feminina no mercado de trabalho: uma análise de decomposição. con.Apl. vol.10 no.1 Ribeirão Preto Jan./Mar. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-80502006000100003 acesso em: 08/04/2016

ÍNDICE REMISSIVO

A

Academias de ginástica 19, 20, 21, 27, 28, 29, 31, 32

Análise setorial 118

Atendimento 15, 16, 19, 22, 26, 28, 71, 145, 162, 167, 177, 200, 233, 234, 235, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 251, 268, 272, 273, 274, 275, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 286, 297

Autodepreciação 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55

C

Canal chat 233, 247

Carreira 36, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 138, 155, 165, 167, 172, 179, 184

Comportamento do consumidor 1, 3, 7, 8, 16, 17, 18, 19, 21, 23, 24, 31, 32, 33, 47, 56, 61, 69, 90, 101, 102, 105, 106, 107, 111, 201

Compra 1, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 23, 24, 27, 47, 56, 62, 68, 69, 90, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 114, 115, 116, 145, 225, 233, 238, 250, 251, 260, 261

Comprometimento 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 165, 166, 189, 272, 277, 281

Confeitaria 193, 194, 198, 199, 200, 201

Controle da produção 253, 254, 260, 270, 271

Crowdfunding 204, 205, 206, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216

D

Decisão financeira 118, 120

Desenvolvimento 1, 20, 35, 36, 37, 45, 46, 48, 49, 51, 71, 72, 75, 78, 80, 86, 94, 95, 98, 99, 106, 111, 113, 119, 141, 142, 143, 144, 145, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 171, 172, 173, 174, 176, 177, 178, 179, 180, 184, 185, 186, 187, 188, 190, 191, 193, 194, 195, 196, 198, 199, 201, 205, 208, 217, 218, 224, 259, 271, 281, 282, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 294, 295, 296, 298, 299, 300, 301, 305, 307

E

Educação 19, 32, 33, 59, 60, 67, 69, 76, 89, 94, 95, 98, 99, 121, 122, 124, 127, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 154, 155, 157, 158, 173, 175, 179, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 191, 250, 252, 269, 285, 287, 296, 298, 300, 303, 306, 307, 308, 309

Educação a distância 59, 60, 67, 173

Ensino superior 59, 60, 88, 135, 184, 191, 192, 241, 299, 300, 301, 302, 304, 309

Estrutura de capital 118, 119, 120, 121, 122, 123, 125, 128, 130

F

Fornecedor 217, 218, 219, 220, 225, 227, 230, 277, 295

G

Geração 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 36, 120, 146, 176, 178, 193, 198, 235, 239, 248, 286, 289

Gestão do conhecimento 173, 175, 176, 177, 178, 180, 181, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192

Gestão pública 45, 59, 284, 286, 287, 289, 296, 298

Governança corporativa 204, 205, 206, 207, 209, 211, 212, 213, 214, 215

H

Hábitos de compra e consumo 19, 20, 21

I

Identidade da marca 34

Informação assimétrica 204

J

Janelas de oportunidade 118, 120, 130

K

Kaizen 272, 273, 274, 275, 276, 280, 281, 282, 283

L

Livro nacional 47

M

Marcas próprias 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 230, 231, 232

Marketing 8, 13, 16, 17, 22, 23, 24, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 45, 46, 47, 48, 49, 56, 58, 69, 92, 95, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 112, 114, 115, 116, 117, 193, 194, 199, 200, 201, 202, 203, 222, 231, 232, 233, 235, 236, 237, 239, 242, 243, 244, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 283

Marketing de lugares 34

Marketing digital 193, 194, 202, 203

Market timing 118, 119, 120, 121, 122, 123, 128, 129, 130, 131

Método MAGIQ 204, 216

Métodos quantitativos 209, 253, 269

Mídias sociais 92, 93, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 244, 247, 248, 249, 250, 252

Modelo 3M 59, 61, 62, 63, 65, 68, 69

N

Neuromarketing 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117

O

Organização 5, 22, 23, 38, 67, 73, 74, 75, 79, 86, 92, 112, 120, 132, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 161, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 182, 183, 187, 188, 190, 191, 195, 199, 200, 201, 207, 230, 239, 240, 248, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 280, 281, 285, 304, 306, 307

P

Persistência discente 59, 60, 61, 63, 65, 66, 68

Personalidade da marca 34, 35, 36, 38

Planejamento 18, 32, 37, 74, 78, 80, 81, 139, 145, 146, 149, 161, 163, 165, 167, 168, 183, 184, 190, 193, 195, 199, 200, 201, 253, 254, 255, 260, 261, 267, 268, 269, 270, 271, 286, 287, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 296, 297, 309

Policiais militares 71, 72, 73, 74, 77, 78, 79, 85

Pontos negativos 217, 227

Pontos positivos 217, 218, 221, 222, 223, 226, 227, 230

Preconceito 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58

Previsão de demanda 253, 255, 260, 261, 267, 269, 270, 271

R

Redes sociais 5, 93, 94, 100, 103, 104, 193, 194, 195, 198, 199, 200, 201, 202, 249, 250, 252, 293

Responsabilidade social 141, 142, 148, 149, 150, 302

S

Séries temporais 253, 255, 256, 257, 258, 260, 261, 267, 268, 269, 270

Sociedade da informação 173, 174

Sucesso 21, 36, 46, 48, 55, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 104, 115, 150, 152, 153, 161, 162, 165, 170, 171, 174, 176, 179, 183, 200, 217, 219, 238, 272, 281, 282

Sustentabilidade 35, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 298

T

Tomada de decisão 13, 102, 104, 110, 111, 112, 115, 116, 119, 120, 130, 180, 181, 224, 234, 239, 245, 289

Treinamento 32, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 168, 169, 170, 171, 172, 179, 294

V

Vestuário 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 90

X

Xenocentrismo 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-776-5



9 788572 477765