



Universidade da Beira Interior

Ciências Sociais e Humanas

**Empreendedorismo Feminino:
Motivações, características e obstáculos das
mulheres empreendedoras em Portugal**

Sandra Isabel Pires Martinho

**Dissertação para obtenção do grau de Mestre em
Empreendedorismo e Criação de Empresas**

(2º Ciclo de Estudos)

Orientadora: Professora Doutora Anabela Dinis

Covilhã, Outubro 2012

Agradecimentos

Por norma em todos os trabalhos existem determinadas partes que vamos deixando para fazerem já na sua reta final, ora por pensarmos que serão as menos importantes e por consequência levam-nos muito menos tempo a elaborar. Tal situação não é de todo verdade, ao escrever os agradecimentos deparo-me com a dificuldade que os mesmo acarretam, existem tantas pessoas que quero nomear tendo sempre o medo de me esquecer de alguém que de forma indireta possa ter contribuído para a consecução desta investigação.

Recuando um ano atrás lembro-me de estar a pensar se conseguir alguma vez elaborar algo tão importante como uma dissertação de mestrado, de que modo iria eu contribuir para o enriquecimento da temática em questão? Foi um duro ano em que nem sempre existiu vontade de chegar ao fim deste ciclo, mas com ajuda da família e amigos quando a vontade era escassa lá se dava mais um passo em frente.

Assim neste sentido agradeço em primeiro lugar à minha orientadora Prof.^a Doutora Anabela Dinis, por toda a informação e tempo que disponibilizou para me ajudar na concretização desta investigação, principalmente na reta final onde se encontrou vários obstáculos.

Agradeço ainda à diretora do Curso de 2º Ciclo em Empreendedorismo e Criação de Empresas, Prof.^a Doutora Maria José Silva, por ter sido tão amiga dos seus alunos e por estar sempre disponível para nos ajudar.

Agradeço ainda, ao Prof. Doutor José Carlos Dias Duarte Gonçalves, atual vice-presidente do Instituto Politécnico de Castelo Branco, local onde me encontrei a trabalhar desde 2009 até 2012. Agradeço-lhe todo o apoio e atenção que me prestou sempre que foi necessário.

Também agradeço a alguns colegas de trabalho que sempre se mostraram compreensíveis com a minha situação de estudante e que sempre que necessário me ajudaram.

Agradeço agora a pessoas que indiretamente apesar de não terem participado ativamente na elaboração desta investigação, estiveram sempre a meu lado nunca dando todo o seu apoio e amizade.

Em primeiro lugar, apesar de ser um cliché, agradeço aos meus pais António Martinho e Maria José Martinho, por toda a motivação que me deram para conseguir atingir o objetivo de finalizar o mestrado e consequentemente apresentar esta dissertação.

Por fim e não menos importante agradeço aos meus amigos por todo o apoio que me deram, opto pela não nomeação de cada um deles para não correr o risco de me esquecer de algum deles.

Resumo

O presente trabalho centra-se no fenómeno do empreendedorismo feminino. Escolheu-se esta temática porque à semelhança do que acontece noutros âmbitos sociais e económicos, a presença feminina neste domínio de atividade é claramente inferior à presença masculina. Assim pretende-se com este estudo, compreender quais as motivações, características e obstáculos das mulheres empreendedoras em Portugal.

Para tal é feita uma revisão da literatura sobre o tema, nomeadamente sobre a importância do empreendedorismo no mundo e em Portugal, passando-se para uma análise mais específica sobre o empreendedorismo feminino também ele no mundo e em Portugal. São abordadas também as características e motivações que levam as mulheres a constituir o seu próprio negócio, assim como as dificuldades que as mesmas encontram durante o processo.

Desenvolveu-se também uma investigação de natureza quantitativa. Inicialmente desenvolveu-se um desenho de investigação baseado na recolha de dados primários, mas devido à baixa taxa de respostas, a investigação foi direcionada para a análise de dados secundários. Neste caso recorreu-se à análise de variáveis constantes no relatório Global Monitor Entrepreneurship (GEM).

Esta investigação permitiu evidenciar que em termos práticos existe ainda muito por fazer no que se refere ao empreendedorismo feminino, tanto a nível global como em Portugal. Em termos da revisão da literatura a mesma não se desvia muito do que foi apurado empiricamente. Destaca-se em todo o caso a ideia que a nível global grande parte dos indivíduos realiza atividades empreendedoras por necessidade enquanto que em Portugal tanto homens como mulheres o fazem por oportunidade.

Neste sentido pretende-se que este estudo ajude a esclarecer algumas dúvidas existentes acerca do empreendedorismo feminino, nomeadamente em Portugal, assim como complementar outros estudos já existentes, apontando também algumas linhas para futuras investigações.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Motivações; Dificuldades; Empreendedorismo por necessidade; Empreendedorismo por oportunidade; GEM;

Abstract

This study focuses on the phenomenon of female entrepreneurship was chosen this theme because similarly to what happens in other social and economic spheres, the female presence in this area of activity is clearly inferior to the male presence. Thus it is intended with this study to understand the motivations, characteristics and constraints of women entrepreneurs in Portugal

For this is done a literature review on the topic, in particular on the importance of entrepreneurship in the world and in Portugal, moving to a more specific analysis on female entrepreneurship in the world and he also in Portugal. Also addressed are the characteristics and motivations that lead women to form their own business, as well as the difficulties that they encounter during the process.

Developed also a quantitative research. Initially developed a design research based on primary data collection, but due to the low response rate, the investigation was focused on the analysis of secondary data. In this case we used the analysis of variables contained in the report Entrepreneurship Global Monitor (GEM).

This investigation has highlighted that in practical terms there is still much to be done with regard to female entrepreneurship, both globally and in Portugal. In terms of the literature review it does not deviate much from what was determined empirically. It stands out in any case the idea that globally most individuals conducts entrepreneurial activities by necessity while in Portugal both men and women the opportunity to do.

In this sense it is intended that this study will help to clarify some doubts about female entrepreneurship, especially in Portugal, as well as complement other existing studies, also pointing some lines for future research.

Keywords: Female Entrepreneurship; Motivations; Difficulties; entrepreneurship by necessity; opportunity for Entrepreneurship; GEM;

Índice Geral

Introdução.....	1
PARTE I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	3
1 - Empreendedorismo	3
1.1 - A importância do Empreendedorismo no mundo e em Portugal	3
1.2 - Empreendedorismo e o agente empreendedor	10
2 - Empreendedorismo Feminino.....	12
2.1 - A importância do Empreendedorismo Feminino no mundo e em Portugal	12
2.2 - Características e motivações das mulheres empresárias.....	16
2.3 - Dificuldades das mulheres no processo empreendedor	24
PARTE II - INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA	29
3. Objetivos e desenho da investigação.....	29
4. Resultados.....	33
5. Conclusões	39
6. Referências bibliográficas	41
7. Anexos	44

Índice de Figuras

Figura 1 - Taxa de Atividade Empreendedora Total em 2004.....	6
Figura 2 - Taxa de Atividade Empreendedora Total (2007 e 2010)	8
Figura 3 - Distribuição Taxa TEA, por género, em 2007 e 2010	14
Figura 4 - Distribuição, segundo a idade, de empreendedores femininos e masculinos por grupo económico nas 59 economias, 2010	19

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Questões /variáveis selecionadas da base de dados GEM e seu significado como variáveis.....	30
Tabela 2 - Distribuição da amostra selecionada de acordo com o género e o ano de administração dos questionários	32
Tabela 3 - Variáveis de investigação	33
Tabela 4 - Variáveis gerais - discriminação das respostas positivas em ambos os sexos	35
Tabela 5 - Variáveis específicas do grupo de empresários emergentes - discriminação das respostas positivas em ambos os sexos	36
Tabela 6 - Atividade empreendedora em Portugal: variáveis estatisticamente significantes .	37
Tabela 7 - Taxa de catividade empreendedora total em Portugal por necessidade e oportunidade	37

Índice de anexos

Anexo 1 - Taxa de variação por catividade: total e por sexo em Portugal e na Europa (dos 27)	44
Anexo 2 - Guião de questionário a utilizar	45
Anexo 3 - Objetivo inicial de investigação	46
Anexo 4 - Hipóteses de investigação	47
Anexo 5 - Modelo de investigação	48
Anexo 6 - Questionário.....	49

Introdução

Na atualidade o empreendedorismo, definido como a criação e desenvolvimento de pequenas empresas, é visto tanto por políticos como académicos como um importante mecanismo, não só para o crescimento económico, mas também para o desenvolvimento de sociedades mais inclusivas. De facto, a criação de pequenos negócios contribui para impulsionar a inovação e a competitividade mas também para a criação de emprego e estabilidade política e social.

A questão da criação de empresas por parte das mulheres tem particular relevância social e económica para os países, não só pelo potencial produtivo e criativo das mulheres, mas também por razões de igualdade de oportunidades, dado que este grupo representa, claramente, uma minoria no contexto das economias globais. À semelhança do que acontece noutros âmbitos sociais e económicos, a presença feminina neste domínio de atividade é claramente inferior à presença masculina. Apesar disso, tem-se verificado um aumento do empreendedorismo feminino em vários pontos do mundo (GEM 2010).

Importa, portanto, perceber quais as especificidades do empreendedorismo feminino que fazem com que seja um fenómeno de muito menor peso que o fenómeno masculino e, por outro lado, compreender quais os fatores que têm provocado um crescimento deste tipo de empreendedorismo nos últimos tempos.

Apesar de existirem já um número relativamente elevado de estudos sobre o processo empreendedor e indivíduo empreendedor, os estudos existentes baseiam-se em amostras constituídas exclusiva ou maioritariamente por membros masculinos. Por isso, grande parte das teorias e conclusões que existem refletem, na verdade, as motivações, as características e as circunstâncias da maioria masculina. Alguns estudos desenvolvidos especificamente sobre o empreendedorismo feminino (Minniti, M. 210; Sarri, K. & Trihopoulou, A. (2005) evidenciam que as diferentes circunstâncias pessoais e sociais das mulheres se traduzem em diferentes motivações, características e dificuldades no processo empreendedor.

Neste sentido torna-se pertinente estudar o empreendedorismo feminino, especialmente o caso português, pois já em 1998 numa investigação levada a cabo por Ussman sobre a participação das mulheres no mundo dos negócios, esta autora refere que as sociedades ocidentais tinham sofrido uma evolução no que respeita à constituição da sua população ativa, sendo esta constituída em grande parte (cerca de metade) por mulheres. Portugal não foi exceção, superando, inclusive a taxa de crescimento Europeia. Comparando a taxa de atividade feminina portuguesa com a europeia, constata-se que nos anos de 2001 a 2005, Portugal regista uma variação na taxa de atividade feminina entre os 1,5% e os 2,0% , respetivamente (anexo 1), enquanto a nível europeu as taxas mostram-se bastante mais

baixas no mesmo período, variando entre os 0,1% e os 1,6%. Destaca-se o facto de nos anos 2001 e 2008, a taxa de variação da catividade feminina portuguesa é mais elevada que a masculina, tendo os seus valores registados entre 1,5% e 0,2%, respetivamente. Enquanto no sexo oposto estas taxas nos mesmos anos variaram entre, 0,7% e 0,1%. As mulheres perdem o primeiro lugar desta categoria em 2009, quando registam uma variação na taxa de catividade de 0,2% contra 1.6% registado no sexo masculino.

Tendo em conta as razões acima destacadas, e considerando que o empreendedorismo feminino é ainda um tema pouco investigado, particularmente em Portugal, pretende-se com o presente trabalho contribuir para um melhor conhecimento deste fenómeno no contexto Português.

Assim, o objetivo central desta investigação é identificar motivos e circunstâncias que levam as mulheres portuguesas a criarem os seus próprios negócios e compreender quais os obstáculos que enfrentam e como os ultrapassam.

O trabalho será dividido em duas partes principais: uma parte de enquadramento teórico e outra de investigação empírica. Na primeira parte, após um breve enquadramento de temática do empreendedorismo procede-se a uma revisão bibliográfica sobre a temática mais específica do empreendedorismo feminino, particularmente sobre os aspetos relacionados com as motivações e dificuldades/barreiras das mulheres empreendedoras. Na segunda parte, uma vez definidos os objetivos específicos e o modelo da investigação empírica, far-se-á uma descrição dos procedimentos metodológicos utilizados e apresentam-se e discutem-se os resultados. Conclui-se com implicações do estudo e pistas para futuras investigações.

PARTE I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1 - Empreendedorismo

1.1 - A importância do Empreendedorismo no mundo e em Portugal

O empreendedorismo é um conceito que tem vindo a despertar o interesse dos estudiosos das áreas da gestão durante as últimas décadas (Cornelius et al, 2006). Estes autores através das suas investigações verificaram que a nível estrutural, o mundo sofreu uma grande mudança. Estas mudanças deveram-se em parte a situações negativas, como crises do petróleo, recessões económicas, e a situações positivas nomeadamente, o progresso técnico e a internacionalização das economias. Neste contexto, o empreendedorismo é apresentado como uma via central para o desenvolvimento económico, associado a um processo de criação de novos negócios, criação de novos empregos, promoção e consequente desenvolvimento da competitividade de um país (Sociedade Portuguesa de Inovação, 2005).

É no séc. XIX que os EUA se tornam uma grande potência industrial e começam as primeiras discussões acerca do conceito. Cornelius et al (2006), por forma a conseguir perceber de que forma o estudo do empreendedorismo se intensificou ao longo dos anos, dividiram o seu estudo em três períodos. No primeiro período (1993 - 1997), foram publicados 299 artigos que falavam sobre a temática. No segundo período (1993 - 1997), verificou-se uma evolução na publicação de artigos acerca do empreendedorismo tendo-se registado no total 1,082 publicações. No terceiro e último período em estudo (2000-2004) continua a registar-se uma evolução nas publicações totalizam 1,785 publicações.

Tendo em atenção o interesse que o empreendedorismo tem despertado em estudiosos e políticos, a evolução deste fenómeno tem sido objeto de investigações internacionais. Assim, por forma a analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico, bem como determinar as condições que estimulam e travam as dinâmicas empreendedoras em cada país participante (SPI, 2011), surgiu o Project GEM (Global Entrepreneurship Monitor), em 1999 como uma iniciativa conjunta do Babson College (Estados Unidos) e da London Business School (Reino Unido), constituindo o primeiro estudo sobre o empreendedorismo em larga escala internacional, e que desde então se vem repetindo todos os anos. Para além de responder às questões acima identificadas, um dos seus objetivos é analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico em

vários países. Portugal participou neste estudo pela primeira vez em 2001, e depois também nas edições de 2004, 2007, 2010 e 2011.

Este relatório permite a análise de rácios relacionados com o evento empreendedor, tais como, taxa de Atividade Empreendedora Total (TEA)¹, que se traduz na quantidade de indivíduos ativos, que participam num negócio em fase nascente (*start-up*), ou na gestão de um novo negócios. Este índice é calculado de forma a mostrar o número de indivíduos envolvidos numa atividade empreendedora com idades compreendidas entre os 18 e 64 anos.

Considera-se empreendedor emergente todo aquele, que nos últimos 12 meses, tentou iniciar um novo negócio e manifestou intenção de ser dono de uma parte ou da totalidade do mesmo, mas cujo negócio não facultou remuneração de qualquer espécie para qualquer pessoa, por mais de três meses. Por outro lado, o empreendedor de um novo negocio apresenta-se como um individuo que tem vindo administrar um negocio nos últimos 12 meses, que é proprietário de uma parte ou da totalidade desse mesmo negocio e cujo mesmo não proporcionou remuneração de qualquer espécie para qualquer pessoa, por mais de 42 meses e por menos de 3 meses.

Em 2011, o GEM entrevistou 140.000 adultos com idades entre os 18-64 anos em 54 economias espalhadas por diversos pontos do mundo. Nesta amostra, 388 mil de empreendedores estavam ativamente empenhados em começar e gerir um novo negócio. Este número inclui:

- 163 milhões de mulheres empreendedoras;
- 165 milhões de jovens empreendedores com idades entre os 18-35 anos;
- 65 milhões de empreendedores que esperam criar 20 ou mais novos empregos nos próximos 5 anos;
- 69 milhões de empreendedores que oferecem produtos inovadores e serviços que são novos para os consumidores e para alguns concorrentes;
- 18 milhões de jovens empreendedores vendem pelo menos 25% dos seus produtos e serviços internacionais.

O empreendedorismo começa com potenciais empreendedores: aqueles que podem ou não iniciar-se nesta aventura, mas que acreditam ter as habilidades para o fazer. Nomeadamente acreditam ter as capacidades para começar um novo negócio, captando oportunidades em determinadas áreas. Por exemplo, o Bangladesh dispõe de perceções positivas para a oportunidades de criar um novo negócio, mas em compensação apresenta baixas perceções relativamente à capacidade de o iniciar e o medo de falhar. Ou seja, nestes países os indivíduos conseguem ver imensas oportunidades para empreender mas não o fazem com o medo de falhar. Por outro lado a Venezuela apresenta baixas taxas de percepção relativamente a captação de oportunidades para empreender, enquanto que no que respeita

¹ TEA - Total Entrepreneurial Activity

à percepção de possuírem as capacidades necessárias para o fazer, apresentam valores elevados.

Em países como Portugal, Grécia, Hungria e Espanha, devido à crise económica que os registam baixos níveis de captação de oportunidades- O mesmo se passa com alguns países da Ásia como Japão, Coreia e Singapura que relatam baixos níveis para captação de oportunidades e capacidade de iniciar um novo negócio. Juntando a esta situação, Tailândia, República da Coreia e Japão assim como os Emirados Árabes apresentam ainda valores elevados no que respeita ao medo de falhar.

Em média das 16 **economias orientadas para eficiência**² que participaram no GEM nos anos 2010 e 2011 viram as suas Taxas de Atividade Empreendedora Total aumentarem quase 25%. Argentina, Chile e China estavam nas economias onde as taxas TEA já era relativamente alta e que verificaram um aumento em 2011.

Das 20 **economias orientadas para a inovação** que participaram em ambos os anos, em média aumentaram 22% em 2011 as taxas TEA. Na Austrália e nos E.U.A ambos aumentaram substancialmente acima da média registada em 2010. Um aumento no empreendedorismo nascente explica grande parte deste aumento da TEA nas economias de inovação.

Com a exceção de duas economias, na generalidade do grupo de **proprietários já estabelecidos**, regista elevadas TEA. China e muitos países da América Latina exibem a maior discrepância entre taxas TEA mais elevadas e relativamente baixa nos proprietários de empresas. Ainda no período 2010- 2011, as taxas empreendedoras relativamente às empresas já estabelecidas registaram um ligeiro aumento nas economias orientadas para os fatores de produção e nas economias orientadas para a inovação.

Nas economias de fatores de produção verifica-se a existência mais significativa de empreendedores em fase nascente do que proprietários já estabelecidos. Em média, eles estão um pouco abaixo do nível de proprietários estabelecidos nas economias de inovação.

Os empreendedores em fase nascente tendem a ser jovens entre os 25-44 anos. As duas categorias 25-34 e 35-44 representadas são características das *economias orientadas para a inovação*.

A *economia orientada para a eficiência* tem mais empreendedores com idades entre 25-34 anos. Além disto, existe tantos empreendedores jovens (18-24) como mais velhos (45-54).

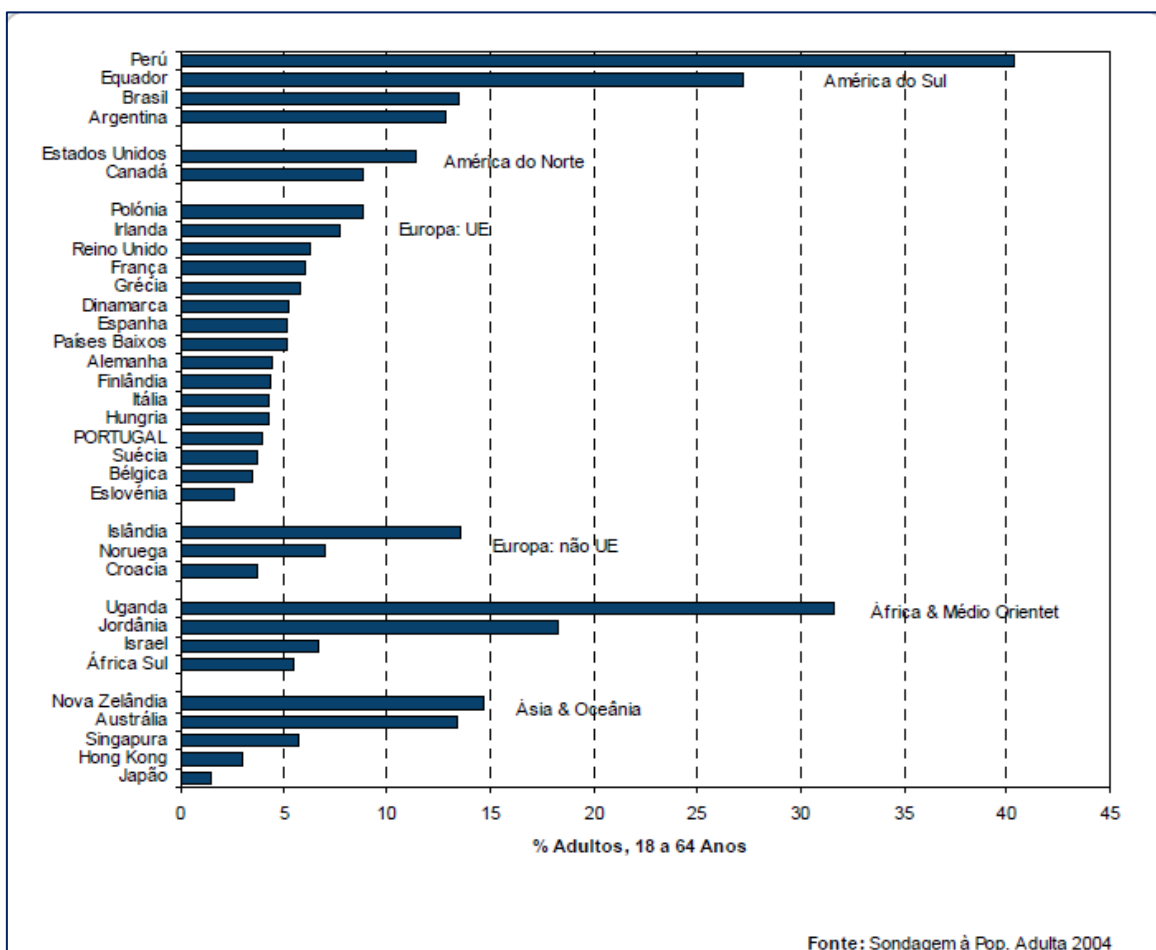
² O GEM 2010 utiliza a tipologia de desenvolvimento competitivo de Michael Porter, assumindo a existência de três tipos de economias: Economias orientadas por factores de produção, orientadas para a eficiência e orientadas para a inovação. Portugal encontra-se inserido nas economias orientadas para a inovação.

Esta observação ilustra a tendência da existência de cada vez mais empreendedores jovens na economia orientada para a eficiência.

Na *economia orientada para os fatores de produção*, Guatemala e Venezuela tende a ter empreendedores mais velhos, enquanto o Bangladesh e a Jamaica têm empreendedores mais jovens. No entanto é na Lituânia, Bósnia Herzegovina e Panamá que se encontram os empresários mais jovens (18-24 anos). Esta situação também se verifica nas economias de inovação, nomeadamente na República Checa e Alemanha. Em contraste, a Suíça e o Japão têm a proporção de empreendedores mais velhos, 44-54 anos.

Apresentam-se nas figuras 1 e 2 as taxas de empreendedorismo em vários países referentes aos anos 2004 (Figura 1) e 2007 e 2010, com destaque para Portugal.

Figura 1 - Taxa de Atividade Empreendedora Total em 2004



Fonte: *Estudo de Avaliação do Potencial Empreendedor em Portugal*, Sociedade Portuguesa de Inovação, 2005

Analisando a figura 1, verifica-se que a TEA registada em 2004 foi de 4,0%. Segundo a Sociedade Portuguesa de Inovação (2005) verificou-se uma descida de 3 pontos em relação ao ano de 2001, onde se verificou uma TEA total de 7,1%

Ainda em 2001 num estudo levado a cabo pela AGEP³, denominado Eurobarómetro sobre o Empreendedorismo, Portugal quando comparado com os restantes países da União Europeia é o país onde os inquiridos mais vontade têm de ser trabalhadores por conta própria. Verifica-se que embora 62% dos inquiridos portugueses nunca tenham pensado em começar um negócio e 24% o tenham pensado, apenas 14% tomaram essa iniciativa. No entanto, Portugal situa-se abaixo da média europeia no que diz respeito ao número de inquiridos que iniciou realmente um negócio.

Os dados publicados em 2011 pela Sociedade Portuguesa de Inovação, referentes a 2010 (Figura 2) mostram que a TEA registada em Portugal foi de 4,5%.

Conclui-se que no período 2004-2010, a TEA portuguesa sofreu algumas variações, destacando-se o facto de em 2004 ter registado a taxa de catividade mais baixa (Figura 1), de 2007 ter sido o ano em que Portugal registou uma taxa de catividade bastante elevada com 8,8% (Figura 2) e, em 2010, ter descido desce novamente, registando o valor de 4.5%. Estas variações poderão ser explicadas pelo facto de nos encontrarmos num quadro desfavorável ao desenvolvimento de iniciativas empreendedoras. Segundo dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística, em 2009 o emprego diminuiu a uma taxa de -2,8%, contrariando a tendência dos cinco anos anteriores, neste contexto, o emprego de trabalhadores por conta própria registou uma quebra de -6,6% que contribuiu em mais de 30,0% para a diminuição da taxa de catividade empreendedora total (TEA). Até a iniciativa “Empresa na Hora” registou em 2010 uma redução de 19% do registo de empresas constituídas em território português, face ao resultado obtido em 2007.

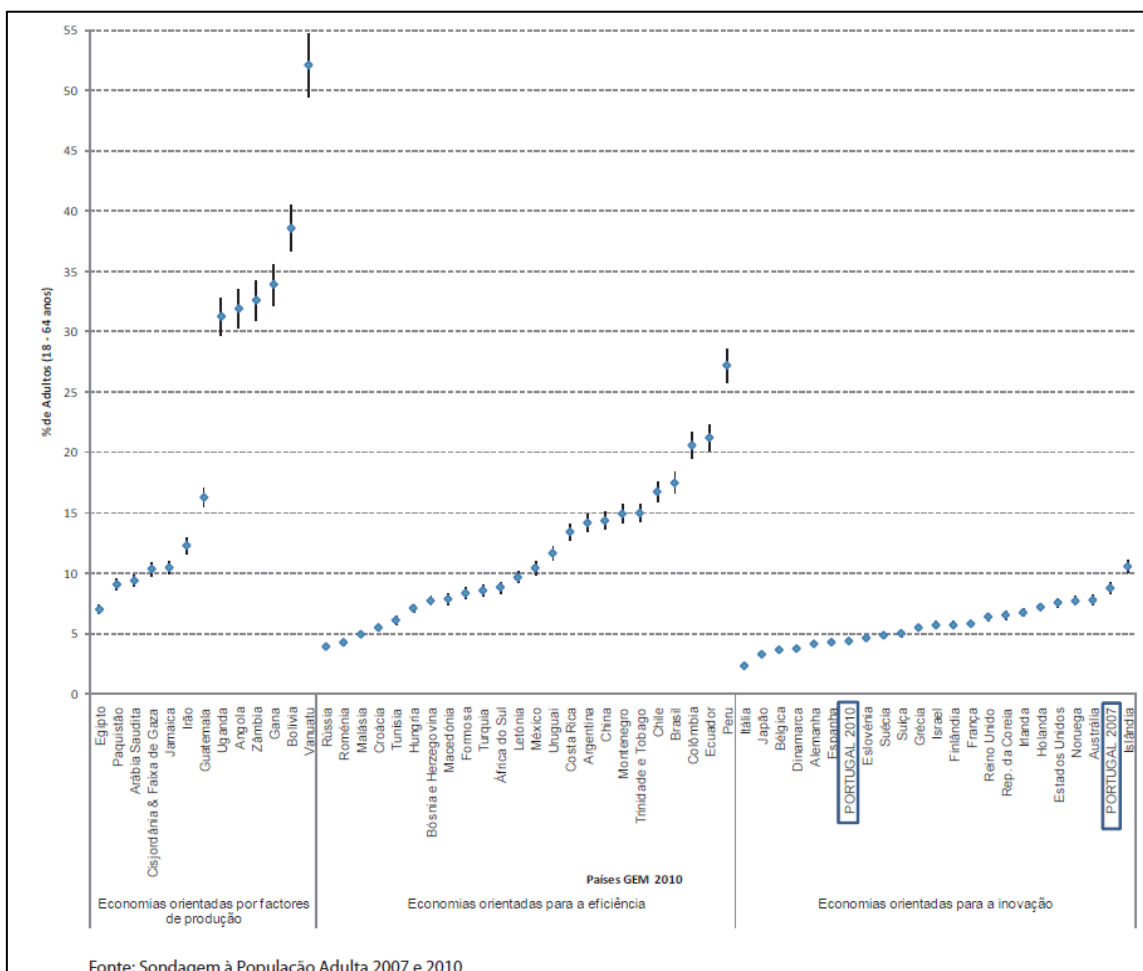
Segundo a Sociedade Portuguesa de Inovação (2011); a taxa TEA portuguesa em 2010 é a 9ª mais baixa do universo GEM. Os sectores da economia portuguesa onde se verifica uma maior percentagem de empreendedores são no sector orientado ao consumidor (54%), o sector da transformação (26.5%) e o sector orientado ao cliente organizacional (15.5%)

A faixa etária onde os indivíduos são mais empreendedores não variou muito do ano de 2004 para 2010, situando-se entre os 34-44 anos.

Os empreendedores têm motivos que os fazem entrar no empreendedorismo. Estes podem ser empurrados (“push”) por necessidade, quando não há mais alternativas de emprego. Por outro lado, eles podem ser “puxados” (“pull”) para a carreira empreendedora porque conseguem reconhecer oportunidades e escolhem persegui-las. Assim, no que se refere ao tipo de motivação associada ao empreendedorismo podemos distinguir entre empreendedorismo induzido pela oportunidade - que reflete a materialização de uma oportunidade de negócio - e o empreendedorismo por necessidade, que resulta da ausência de outras alternativas de emprego.

³ AGEP - Agencia para o Empreendedorismo em Portugal

Figura 2 - Taxa de Atividade Empreendedora Total (2007 e 2010)



Fonte: GEM Portugal 2010 - Estudo sobre o Empreendedorismo, Sociedade Portuguesa de Inovação, 2010

Com o crescente desenvolvimento da economia o empreendedorismo por necessidade tendem a diminuir sendo substituído pelo empreendedorismo por oportunidade.

Na grande maioria dos países participantes em 2004, verifica-se que predomina a atividade empreendedora induzida por oportunidade. Este fenómeno verifica-se também em Portugal, onde 75% da atividade empreendedora nacional é induzida pelas oportunidades de mercado, apesar de a proporção ser mais baixa quando comparada com outros países. Em 2010, 38,2% dos empresários portugueses criaram um negócio com o intuito de aumentarem os seus rendimentos, 31,1% criaram os próprios negócios por necessidade, 56,3% indicam que a criação do seu negócio é induzido pela oportunidade e por último 12,6% alegam uma mistura de motivos na criação do negócio.

Apesar de se verificar que ao longo dos anos a taxa de empreendedorismo tem, a principal razão para que Portugal esteja num escalão mais baixo em relação aos outros países europeus, prende-se com o facto de o país atravessar uma crise económica, o que faz diminuir o apoio financeiro disponível. Além da crise existem outras condicionantes que

dificultam o empreendedorismo, nomeadamente o baixo nível de qualificação média da população portuguesa e ausência de metodologias pedagógicas que fomentam o empreendedorismo nos diversos graus de ensino e, recentemente, uma relativa segurança e estabilidade no emprego por conta de outrem.

Apesar disto, Portugal possui determinadas condições que facilitam o empreendedorismo. Em 2010, segundo o relatório GEM, as condições estruturais *Acesso a Infraestruturas Físicas e Acesso a Infraestrutura Comercial e Profissional* foram as que merecem dos especialistas a apreciação de condições mais favoráveis. Pois segundo estes, Portugal encontra-se dotado de uma rede boa de autoestradas, rede de comunicações e uma boa quantidade de fornecedores de serviços e consultores para apoiar as novas empresas. Para além disso, há que destacar a existência de agentes de promoção de empreendedorismo, nomeadamente, os Centros de Incubação de Negócios, Centros de Inovação e transferência de Tecnologia, Centros de Formalidades das Empresas e Agentes Financeiros. Como principal exemplo destes Agentes de Promoção podemos destacar a ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários - que através da implementação da “Academia dos Empreendedores”, em conjunto com o IEFP - Instituto Emprego e Formação Profissional - pretendem mobilizar os jovens portugueses para a necessidade de desenvolver uma consciência empreendedora. O seu objetivo é dar um impulso à capacidade empreendedora dos jovens portugueses, sensibilizando-os para a criação do próprio emprego/empresa como caminho alternativo de combate ao emprego.

Como condições menos favoráveis destacam-se as condições estruturais *Normas Culturais e Sociais e As Políticas Governamentais*. Os especialistas consideram que a cultura nacional está pouco orientada para o empreendedorismo e onde as políticas governamentais são consideradas como obstáculo ao empreendedorismo, devido ao excesso de burocracia.

Apesar de existirem obstáculos ao empreendedorismo após a leitura dos estudos referenciados podemos destacar que as motivações que levam os portugueses a criar empresas, são essencialmente: ter autonomia para o desenvolvimento do seu trabalho, realização profissional e crer na certeza de possuir uma boa ideia, um bom produto ou um bom serviço. Particularmente no caso português, os peritos acerca do tema surgem que a nível estatal seria importante que o governo Português procedesse a reformas estruturais, à criação um sistema fiscal competitivo e eficiente, conceber um licenciamento célere, entre outros, por forma a favorecerem o Empreendedorismo.

1.2 - Empreendedorismo e o agente empreendedor

Para Schumpeter (citado por Bruin et al, 2006), o empreendedorismo traduz-se no ato da criação de novos mercados, novos produtos ou novos sistemas de distribuição. Win (2005) com base em vários autores identifica uma série de atividades que caracterizam o processo empreendedor, nomeadamente a identificação de oportunidades (Kirzner, 1973 et al citado por Winn, 2005), a criação de organizações (Gartner, 1988 citado por Winn), a realização de novas combinações de métodos, produtos, suprimentos ou mercados (Schumpeter, 1934 citado por Winn, 2005). Já Bygrave e Hofer (1991) fazem distinção entre evento empresarial e processo empreendedor. Assim, segundo os autores, um evento empresarial é uma atividade que envolve a criação de uma nova organização para encontrar uma oportunidade, enquanto o processo empreendedor, envolve todas as atividades e ações associadas à percepção de oportunidades e criação de organizações para atingir as mesmas. Neste sentido, para os autores, um empreendedor(a) é alguém que percebe uma oportunidade e cria uma organização para alcançar a mesma. Pode assim afirmar-se que a essência do empreendedorismo é o agente empreendedor, logo o modelo ideal de empreendedorismo deve reconhecer a importância da vontade humana.

Estas abordagens evidenciam que não existe uma definição consensual entre estudiosos do fenómeno, sendo que alguns, tendo em conta que para se desencadear todo o processo é preciso existir a figura do agente empreendedor (empresário/a), preferem debruçaram-se sobre esta figura central.

Assim, um dos elementos centrais no estudo do empreendedorismo é o agente empreendedor. De que forma se poderá definir esta figura? Várias são as definições e abordagens encontradas na literatura, em investigações levadas a cabo, umas mais ligadas à área económica outras mais ligadas à área das Ciências Sociais (Bruin et al, 2006)

Na área económica, encontramos Schumpeter (1934) que define o agente empreendedor como o indivíduo que cria novas combinações, novos mercados, novos produtos ou novos sistemas de distribuição, já Kirzner (1995) considera que um agente empreendedor é aquele que usa mais cabalmente a informação que tem para identificar novas oportunidades que os outros não conseguem. Na área das Ciências Sociais, encontramos McClelland (1961) que nos mostra que o agente empreendedor é alguém que tem necessidade de autorrealização e necessidade de poder, já para Aldrich (1997) o agente empreendedor é um nascente de novas iniciativas e ideias que tende a culminar com um início de um negócio que à partida será viável. Mais recentemente Shane (2003) define o agente empreendedor como um indivíduo que descobre, avalia e explora oportunidades para introduzir novos bens e serviços, formas de

organização, mercados, processos e matérias-primas por meio de esforços de organização que anteriormente não existiam. Heilman e Chen (2004) acrescentam à definição de empreendedor o facto este ser alguém que iniciou um negócio, está envolvido ativamente na gestão e possui pelo menos 50% da empresa.

Como se pode verificar apesar de existirem várias definições sobre o que se considera ser um empreendedor(a), sendo frequente a referência ao facto de ser alguém que possui um espírito proactivo e que tem a capacidade de criar novos serviços e produtos, e que implica a mudança de um ambiente seguro e sem risco para um ambiente com risco, ou seja, a concretização da sua ideia de negócio implica que o individuo esteja sujeito ao facto de a mesma não vingar no mercado.

Todavia, Heilman e Chen (2004) fazem distinção entre empreendedores tradicionais e modernos. Os empreendedores tradicionais são aqueles que têm pouca instrução ou experiencia. Na maior parte das vezes percebem o empreendedorismo como forma de alcançar uma melhor carreira e mobilidade social. Quando o agente empreendedor é uma mulher, neste caso, tendem a concentrar os seus negócios na prestação de serviços domésticos. Por outro lado, os empresários modernos são aqueles que possuem maior qualificação e já entraram no mercado de trabalho, onde adquiriram experiencia e novos contactos. Por norma é após adquirirem esta experiencia que tendem a criar o seu próprio negócio, utilizando os contactos adquiridos.

No que respeita às características do empresário, cada vez mais os investigadores concordam com a premissa de que existe uma correlação entre as características objetivamente mensuráveis e o empreendedorismo (Evans e Jovanovic, 1989; Arenius e Minniti, 2005; Minniti and Nardone, 2007, citado por Minniti, 2010).

Características económicas e demográficas dos indivíduos, tais como a idade, escolaridade, situação laboral, rendimento e acesso a redes e modelos, estão entre os fatores microeconómicos que objetivamente influenciam a propensão empresarial. Alguns estudos têm mostrado que os indivíduos empregados são os mais propensos a iniciar novos negócios (Levesque e Minniti, 2006, citado por Minniti, 2010), e que existe uma relação de “U” invertido entre a idade e o envolvimento em iniciar um novo negócio. A faixa etária mais empreendedora situa-se entre os 25 e 34 anos, enquanto a faixa etária de indivíduos detentores de propriedade e gestão de negócios situa-se entre os 35 e 44 anos.

Contrariamente do que seria esperado, não se consegue mostrar claramente a relação existente entre nível de escolaridade e a influência que este tem na criação de novos negócios. Por exemplo, em alguns países, verifica-se que mulheres com baixo nível de escolaridade são mais propensas a iniciar um negócio (Allen et al, 2007, citado por Minniti, 2010), do que o sexo oposto.

Um outro requisito que os estudiosos consideram importante na explicação do fenómeno prende-se com a existência de capacidades, tais como, autoconfiança, perseverança e captação de boas oportunidades de mercado. Na prática, um empresário(a) tem de ser capaz de lidar com situações de risco e incerteza.

Ao longo de todas estas características pessoais, a questão do género tem, nos últimos anos assumido particular relevância, conduzindo à produção de vários estudos na área do empreendedorismo feminino. No capítulo que se segue, procede-se a uma revisão de literatura sobre esta temática, evidenciando a sua importância e as principais características, motivações e dificuldades das mulheres empreendedoras.

2 - Empreendedorismo Feminino

2.1 - A importância do Empreendedorismo Feminino no mundo e em Portugal

Quando se analisa a força de trabalho de um país ou de uma região verifica-se que a mesma já não é constituída maioritariamente por homens. Atualmente a percentagem de mulheres que trabalha é bastante mais elevada que há 30 anos e cada vez mais se confirma a existência de empresas de propriedade feminina.

Minniti (2010) citando Boserup refere que a crescente catividade das mulheres em zonas rurais tem contribuído para desenvolver os países, nomeadamente na redução da sua pobreza. Nas últimas décadas verificou-se um aumento da participação feminina no mundo empresarial. Dos intervenientes em atividades empresariais, 1/3 são mulheres (Flavius, 2010). Apesar de se notar uma crescente evolução na criação de negócios por parte do sexo feminino, o relatório sobre empreendedorismo feminino (GEM) mostra que as mulheres apresentam menores taxas de catividade empresarial em relação aos homens (Bruin et al, 2006). Tal situação é corroborada através da análise dos dados divulgados pelo relatório acerca do empreendedorismo feminino integrado no GEM no ano de 2010. Segundo este, a participação das mulheres na atividade empreendedora varia amplamente em todo o mundo, entre valores de 1,5% para 45,4%. Mas, em média, há mais homens do que mulheres empresários em cada nível de desenvolvimento económico. A diferença entre homens e mulheres diminui com o nível de desenvolvimento económico, no entanto (i) mulheres apresentam 5,2 pontos percentuais a menos que os homens nas economias orientadas para os fatores de produção, (ii) 4 pontos percentuais de diferença nos fatores orientado para a eficiência, (iii) 3,4 pontos percentuais nas economias orientadas para a inovação. Por

exemplo o rácio de empreendedores entre homens e mulheres varia de 1/5 na República da Coreia e de 6/5 no Gana. Isto é por cada 5 empreendedores homens na Coreia existe uma mulher, enquanto no Gana existem seis.

Nas economias orientadas para os fatores de produção, os países MENA⁴ apresentam os valores mais baixo no que respeita à existência de mulheres empresárias, assim como taxas de catividade empreendedora total (TEA) baixas. Por outro lado na África Subsariana as mulheres constituem uma grande parte do tecido empresarial (perto de, ou até mais de metade), e nesta zona registam-se elevadas taxas de catividade empreendedora total. Nas economias orientadas para eficiência a proporção mais baixa de mulheres empreendedoras situa-se na Europa Oriental, onde a Rússia apresenta-se como a exceção, pois as mulheres nestes países constituem 44% dos empreendedores. Também a Europa Ocidental tende a apresentar valores de catividade empreendedora baixos. Pelo contrário, em regiões como a América Latina/Caribe apresentam elevados níveis de participação do sexo feminino em atividades empreendedoras assim com elevadas taxas de catividade empreendedora total.

Já nas economias orientadas para a inovação em regiões como a Ásia e Pacífico é onde se verifica a existência de um elevado número de mulheres empreendedoras assim como um nível mais baixo, isto é, existe uma diversidade no que respeita à participação feminina nesta catividade. Por exemplo, no Japão e na Coreia existem poucas mulheres empresárias e uma baixa taxa de catividade empreendedora, enquanto na Austrália existem muitas mulheres empresárias e as taxas de catividade são elevadas.

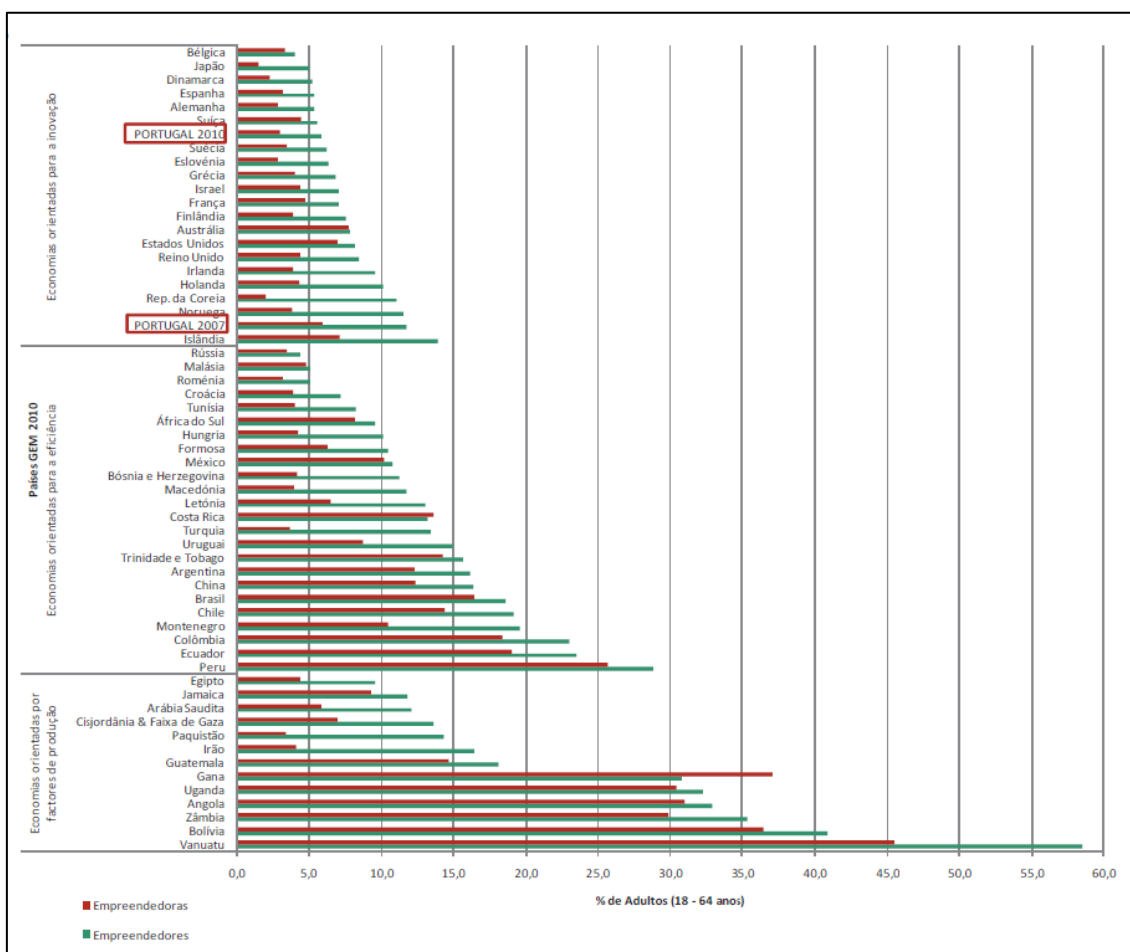
Em suma, independentemente do tipo de economia as mulheres empresárias estão em menor número que os homens. De facto, a grande maioria das 59 economias analisadas neste relatório mostra que têm mais empresários que empresárias. Por várias razões, existem poucas mulheres a exercerem uma catividade empreendedora, começar um negócio e geri-lo é uma catividade predominantemente masculina. Esta indicação mostra, com algumas exceções, que grande parte das sociedades não beneficia da metade das atividades empreendedoras da sua população. Em ambas as economias analisadas, a propriedade de empresas femininas começa e termina com níveis bastante baixos. Por exemplo, na China, homens e mulheres apresentam a mesma probabilidade de iniciarem um negócio, mas as mulheres não conseguem acompanhar o ritmo de crescimento do fenómeno e terminam o período em estudo com níveis muito baixos. Por outro lado, no Brasil e na Argentina existe uma grande diferença no início e no fim do processo. Já na Europa, nomeadamente na Alemanha, Bélgica e Dinamarca existe uma diferença muito estreita no período observado. Destaca-se o facto de na Dinamarca o empreendedorismo masculino sofrer uma queda significativa enquanto o feminino permanece mais ou menos estável.

⁴ Países do Médio Oriente e Norte de África

Recorrendo ao Estudo de Avaliação do Empreendedorismo em Portugal (2011) da Sociedade Portuguesa de Inovação verifica-se que em Portugal existem mais empreendedores masculinos (5,9%) que femininos (3%). Tendo em conta que em Portugal o número total de homens e de mulheres é aproximadamente igual, evidencia-se o facto de o número de empreendedores do sexo masculino equivaler a cerca do dobro do número de empreendedores do sexo feminino.

Por outro lado a proporção de empreendedores do sexo feminino é mais elevada em Portugal que a média verificada nos restantes membros, registando-se uma descida de 2007 para 2010 (Figura 3).

Figura 3 - Distribuição Taxa TEA, por género, em 2007 e 2010



Fonte: Estudo de Avaliação do Potencial Empreendedor em Portugal, 2010

Analisando os relatórios disponibilizados pela Rede WES (rede Europeia para a promoção do empreendedorismo feminino)⁵, verifica-se que de 2005 a 2008 existem algumas diferenças nos indicadores do Empreendedorismo Feminino em Portugal.

⁵ Esta rede é composta por membros, de todos os países que integram a comunidade europeia, onde se fazem representar organismos governamentais e instituições com responsabilidade na promoção do empreendedorismo. Fazem parte da referida rede além de Portugal, os seguintes países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Dinamarca, Eslováquia, Espanha, Finlândia, França, Grécia,

Em 2005, verifica-se que em Portugal de toda a população empregada 73,8% são trabalhadores por conta de outrem, dos quais 53% são homens e 47% são mulheres. 24,18% da população são trabalhadores por conta própria, dos quais 60% são homens e 40% são mulheres. Enquanto em 2008, as mulheres representam 46,18% da população empregada. A taxa de emprego feminino foi de 61.9%, e o dos homens situou-se nos 73.8%.

Comparando os anos 2005 e 2008, destaca-se o facto de os trabalhadores por conta própria passaram de 24,18% para 33,04% respetivamente, o que nos leva a concluir que existem mais pessoas a iniciarem os seus próprios negócios. Destes 33,04%, 42,46 são mulheres (aumenta em relação a 2005) e 57,54 são homens (diminui em relação a 2005).

Analisando os países nórdicos, nomeadamente a Finlândia, verifica-se que as taxas de empreendedorismo feminino são extremamente altas, do total dos empresários existentes, 30% são do sexo feminino. Comparando os sexos, por cada 10 empresas constituídas por homens as mulheres conseguem constituir 7 (mais de metade que a proporção constituída por homens), este facto mostra-nos a dinâmica que existe neste país no que respeita ao empreendedorismo feminino.

Tal situação deve-se à existência de vários programas estruturais que visam apoiar o empreendedorismo feminino. Destaca-se por exemplo, a Escola de Negócios Femininos fundada em 1987 onde o seu objetivo principal é a preparação/formação de quadros executivos femininos, quer para integrarem as equipas de direção das PME's⁶, quer para a gestão da sua própria empresa.

Na Alemanha o crescimento de *start-up* criados por mulheres tem vindo crescer de forma bastante mais dinâmica que as *start-up* constituídas por homens. Tal deve-se como em comparação com outros países, à criação de organismos que promovem o empreendedorismo feminino. Neste caso particular destaca-se a criação da Agência Nacional para Mulheres Empresárias, que visa fornecer um suporte contínuo com informações e conhecimentos sobre os vários ramos de atividade para as mulheres que se encontram em processo de criação de negócios.

O relatório mostra-nos que existe uma relação crescente entre o nível educacional das mulheres e a respetiva atividade empreendedora. Exemplo disso é a evolução que se verifica entre 1995 e 2007, no caso português, onde as mulheres representam apenas 27.5% do tecido empresarial passando para 32.5%. A faixa etária das mulheres empresárias situa-se entre os 26-35 anos, mas onde se verifica maior percentagem de atividade empreendedora é entre os 36-55 anos.

Holanda, Hungria, Irlanda, Islândia, Letónia, Lituânia, Itália, Luxemburgo, Polónia, Reino Unido, Republica Checa, Roménia, Suécia, Turquia, Estónia e Malta

⁶ PME's - Pequenas e Médias Empresas

Em 2002 num inquérito realizado pela rede europeia de investigação sobre PME'S Europeias concluí que, em Portugal 71% dos empresários são do sexo masculino e 29% do sexo feminino. Como principais características dos empresários destacam o facto de 54% da idade dos mesmos se situar entre 25-40 anos, onde 2/3 são homens e 1/3 são mulheres, na sua grande maioria são casados. No que respeita à escolaridade, 36% possui o ensino obrigatório, 30% tem o ensino secundário e 23% têm estudos no ensino superior.

Nos pontos que se seguem apresenta-se com mais detalhe uma revisão sobre as características, motivações e dificuldades das mulheres empresárias.

2.2 - Características e motivações das mulheres empresárias

Como referido, o empreendedorismo constitui um elemento impulsionador da economia, quer através da introdução de novos produtos/serviços, quer através do desenvolvimento tecnológico. Neste sentido assiste-se a um conseqüente desenvolvimento e crescimento económico de um país. Todavia, as razões ou circunstâncias pessoais que levam um indivíduo a iniciar um negócio pouco têm a ver com estes aspetos macroeconómicos. No ponto 1.2 foram já discutidos aspetos relacionados com as características e motivações do agente empreendedor. Neste ponto discutem-se estes aspetos evidenciando as especificidades associadas ao facto desse agente ser uma mulher.

Em médias as mulheres são quatro pontos percentuais mais motivadas a empreender por necessidade que os homens. Esta diferença está mais saliente no grupo orientado para os fatores de produção (5,6 pontos percentuais) e é menor no grupo orientado para a inovação (2,4 pontos percentuais). Com o desenvolvimento das economias o empreendedorismo tende a diminuir, pois a sociedade promove mais emprego, logo os empreendedores por necessidade começam a ser em menor percentagem, aumentando o empreendedorismo por oportunidade (GEM, 2011).

Já em 2010 a mesma entidade levou a cabo um estudo que pretendia examinar as motivações que levam as mulheres a empreender analisando os dados disponibilizados verifica-se que nas economias orientadas para os fatores de produção, das mulheres empresárias que existem 36,6% indicam que a sua motivação principal foi a necessidade. Esta proporção diminui nas economias orientadas para a eficiência onde 33,8% das mulheres afirma ter empreendido por necessidade. No entanto a proporção de mulheres com motivações de necessidade diminui ao longo do período, destacando-se o declínio deste tipo de motivações no Brasil e na China. No Brasil as motivações por necessidade, por parte das mulheres começam a um nível mais elevado que o dos homens, mas depois caiu para valores abaixo. Este foi o único caso do

grupo económico onde as mulheres proporcionalmente menos que os homens empreenderam por necessidade. A China começou por registar uma diferença entre os sexos em termos de proporção nas motivações em empreender por necessidade. No entanto poucas mudanças se verificaram neste período nos homens, por outro lado, registou-se uma grande queda na percentagem na motivação por necessidade nas mulheres, o que fez estreitar a sua diferença entre géneros no final do período.

Relativamente às economias orientadas para a inovação, mostram um aumento da motivação por necessidade por parte das mulheres, acompanhado de pequenas mudanças nos homens também. É provável que a crise económica tenha afetado as motivações em ambos os sexos e em ambas as economias.

Em contraste com as motivações por necessidade, o empreendedorismo por oportunidade regista valores mais elevados nas economias orientadas para a inovação com 72,3%. As economias orientadas para os fatores de produção registam uma percentagem menor de mulheres empreendedoras conduzidas pela oportunidade (58,5%). Enquanto as mulheres são mais propensas em cada economia a empreender por necessidade, a oportunidade é mais prevalente nos homens.

No entanto esta situação não é tão linear, por exemplo no Egipto (pertencente ao grupo orientado para os fatores de produção), o empreendedorismo masculino é maioritariamente por necessidade, apresentando uma das taxas mais baixas de empreendedorismo por oportunidade no grupo. Este país apresenta ainda taxas de catividade empreendedora total baixas, que se pode explicar pelo simples facto de os homens só entrarem no empreendedorismo apenas por necessidade, por outro lado, as mulheres não são chamadas a participar nesta catividade. Ainda neste grupo, o Uganda, por outro lado, apresenta elevado registo de mulheres empresárias motivadas pela necessidade e poucas empresárias motivadas pela oportunidade. As taxas de catividade empreendedora total deste país são elevadas, pois tanto homens como mulheres participam ativamente no empreendedorismo. No sexo masculino a motivação para a sua participação é bastante equilibrada, tanto é por necessidade como por oportunidade.

Nas economias orientadas para a eficiência, mulheres empreendedoras, nomeadamente na Tunísia apresentam baixos níveis de motivação por necessidade e elevados níveis por oportunidade proporcionalmente mais elevados que os homens.

No grupo orientado para a inovação a Republica da Coreia regista os níveis de catividade empreendedora total femininos mais baixos da amostra. No entanto, as empresárias que existem são maioritariamente motivadas pela oportunidade, enquanto os empresários são motivados pela necessidade. Ou seja, no geral as baixas taxas TEA registadas na Coreia, devem se principalmente ao facto de os homens serem empurrados para o empreendedorismo por necessidade, enquanto as mulheres quando o fazem é por oportunidade.

No vizinho Japão, os motivos que levam as mulheres a empreender é a necessidade, registando os níveis mais elevados, enquanto empreender por oportunidade regista os níveis mais baixos em toda a economia direcionada para a inovação. Também os homens exibem um dos mais elevados níveis de empreendedorismo por necessidade. Assim neste sentido a baixa taxa de catividade empreendedora total pode ser explicada através da falta de motivação orientada para a oportunidade por parte das mulheres. Tanto homens como mulheres são mais orientados para o empreendedorismo quando há uma falta de opções de trabalho

Conclui-se que tanto homens como mulheres tendem a citar como principal motivação para o empreendedorismo a necessidade. Isto é, recorrer à criação do seu próprio negócio quando existe uma escassez de ofertas de trabalho por conta de outrem. Todavia existe uma percentagem de homens e mulheres que no início afirmam empreender por necessidade no início do desenvolvimento de uma economia, mas há medida que a mesma se torna mais rica a sua motivação altera-se acabando por se tornarem em empreendedores por oportunidade.

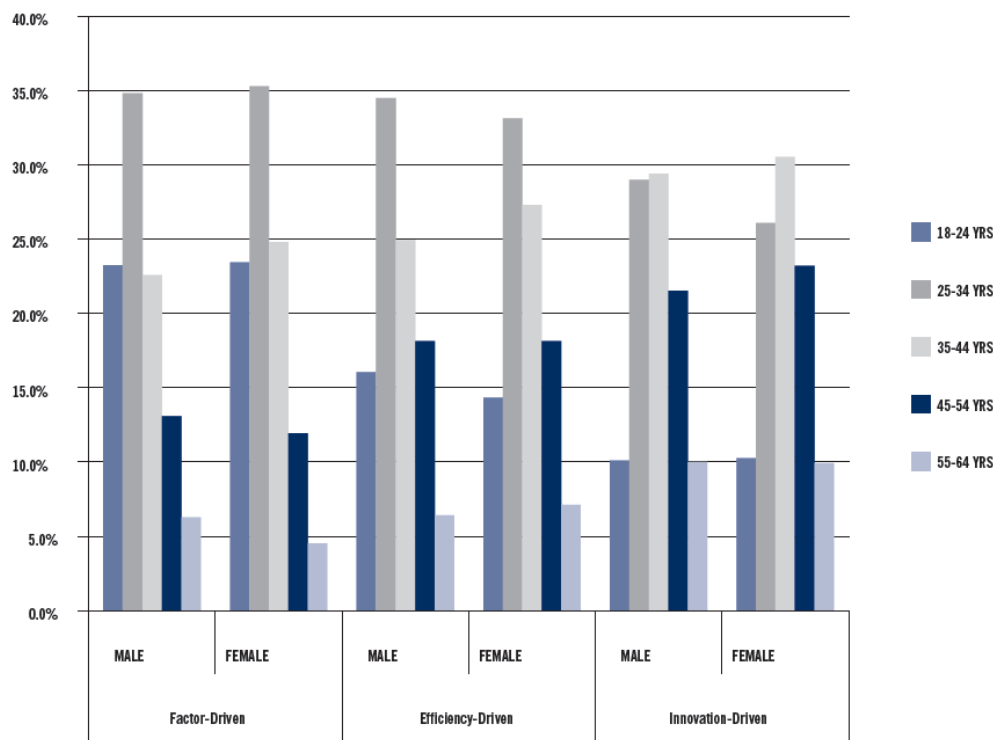
Um outro aspeto que deve ser realçado é a caracterização etária das mulheres empresárias. Recorrendo novamente aos dados fornecidos pelo relatório acerca do empreendedorismo feminino (2010), este divide a população adulta em cinco grupos etários: (I) 18-24 anos, (II) 25-34 anos, (III) 35-44 anos, (IV) 45-54 anos, (V) 55-64 anos. Verifica-se que geralmente existem maiores empreendedores na faixa etária dos 25-34 anos, e a faixa onde existem menos empreendedores é na faixa dos 35-44 anos.

Observando as economias orientadas para os fatores de produção, comparativamente com outras economias, estas apresentam-se como os grupos mais jovens, onde se encontram empreendedores com idades compreendidas entre 18-24 anos.

Nas economias orientadas para a inovação existem menos empreendedores nos dois primeiros grupos etários e mais empreendedores nas idades mais velhas (mais de 35 anos. Destaca-se a ideia de que existe quase o mesmo número de empresários entre os 25-34 anos como entre os 35-44 anos.

A tendência das mulheres envolvidas no empreendedorismo serem mais velhas é evidente em algumas regiões, tais como, América Latina/Caribe, Países MENA, Europa Oriental e Estados Unidos/Europa Ocidental. Nestas áreas há menos mulheres empreendedoras na faixa dos 25-34 anos que homens, e existem mais mulheres empresárias na faixa 35-44 que homens. Por outro lado a África Subsariana apresenta um padrão ligeiramente diferente. Embora exista menos mulheres empresárias na faixa dos 25-34 do que homens, há mais mulheres do que homens na faixa mais jovem dos 18-24 anos.

Figura 4 - Distribuição, segundo a idade, de empreendedores femininos e masculinos por grupo económico nas 59 economias, 2010



Fonte: relatório acerca do empreendedorismo feminino 2010 - Global *Entrepreneurship Monitor*

Outros estudos

Sirra e Trihopoulou, (2005), concluem que as mulheres iniciam os seus negócios mais tarde que os homens, normalmente este fenómeno traduz-se na tentativa de se reintroduzirem no mercado de trabalho, após terem, cumprido as suas obrigações familiares. O período mais empreendedor nas mulheres situa-se entre os 36 e 54 anos.

Analisando o caso específico das mulheres, o Modelo *pull/push* (Brush, 1999; Buttner e Moore, 1997, citado por Sirra e Trihopoulou, 2005) explica os diferentes motivos da vontade de empreender das mulheres, onde os fatores impulsionadores (*push*), referem-se à necessidade de emprego, razões financeiras, recessão, insatisfação na qualidade de empregado, ou à necessidade de conciliar o trabalho com a vida privada. Por outro lado os fatores de atração (*pull*) estão relacionados com a necessidade de independência, razões financeiras, desenvolvimento pessoal, autorrealização, status social e poder. Mutas vezes estes fatores aparecem combinados e não de forma separada, daí a dificuldade em aplicar com exatidão o modelo.

Muitas vezes o que acontece é que a criação de empresas principalmente no caso feminino está fortemente ligado à ideia de conciliar família e carreira. Neste sentido Weelington (2005) examinou a hipótese, através de um estudo realizado nos Estados Unidos da América. Os resultados mostram que as mulheres casadas com elevadas responsabilidades familiares

são mais propensas a tornarem-se trabalhadoras por conta própria. Este facto evidencia-se principalmente em mulheres que possuem um nível educacional mais elevado. Nos E.U.A a força de trabalho é constituída maioritariamente por mulheres que têm filhos, e que continuam a executar as tarefas domésticas. De que forma esta dualidade tem impacto nas crianças? E de que forma podem gerir estas duas situações? O estudo mostra-nos que a solução é continuar a trabalhar, constituindo o seu próprio emprego ao mesmo tempo que passam mais tempos com os seus filhos.

Esta situação mostra que as características familiares influenciam fortemente a propensão que as mulheres têm em criar o seu próprio emprego. Este fenómeno não é mais ~~escolhido~~ frequente agora do que era no passado, simplesmente se verifica que são as mulheres mais escolarizadas que se preocupam com ele. Tal pode dever-se ao facto de para elas ser mais fácil o acesso ao capital do que para as mulheres que possuem baixas habilitações literárias.

Weelington (2005) notou que o governo preocupa-se apenas em criar benefícios para as mulheres deixando os homens de lado. Esta situação leva a que as mulheres sejam consideradas um custo no mercado de trabalho, uma vez que são elas que usufruem dos benefícios ligados à maternidade, em vez de ser vistas como uma mais-valia para a economia.

Em países como a Nova Zelândia, Grécia, Holanda e Portugal, quando as mulheres não conseguem satisfazer a sua necessidade de flexibilidade no trabalho, optam pelo autoemprego, neste caso não podem ser consideradas empreendedoras ocasionais, uma vez que não o fazem pelo facto de se encontrarem numa situação de desemprego, mas sim pela necessidade de realização (Glancey et al, 1998 citado por Sirra e Trihopoulou, 2005).

Minniti e Naudé (2010) mostram que a existência de uma rede de contactos está positivamente relacionado com o impulsionar da criação de um novo negócio por parte das mulheres, na melhor captação de oportunidades e melhor utilização das suas capacidades e conhecimentos. Em ambos os sexos a taxa de empreendedorismo está negativamente relacionada com a idade e o medo de falhar, tudo depende de como cada género se percebe a si e o contexto que o rodeia

Loscocco et al (2009) concluíram que homens e mulheres afirmam ter o número de contactos especializados para uma dada tarefa e/ou para pedirem ajuda e conselhos. No que respeita aos cargos desempenhados dentro da empresa, onde o proprietário é uma mulher, esses lugares são maioritariamente ocupados por familiares, o mesmo não se verifica em relação aos proprietários homens. Comparando os dois grupos (homens e mulheres) verifica-se que na sua maioria as redes de contacto são constituídas por homens, pois a percentagem de participação nas PME'S é maioritariamente masculina, mas por outro lado, as mesmas redes são mais heterogéneas nas mulheres que nos homens.

A presença de uma rede de contactos vem reforçar o sucesso de uma empresa. Os empresários, especialmente as mulheres, tendem a rodear-se por pessoas (familiares e

amigos) que lhes conferem confiança e as fazem acreditar nas suas capacidades/conhecimentos e principalmente no seu sucesso como empreendedoras.

Minniti e Naudé (2007), através das suas investigações apuraram que ao contrário do que se pensava a idade, o tipo de trabalho, nível de rendimento e educação, não têm grande impacto na propensão das mulheres em criarem o seu próprio negócio, tal como as variáveis sociodemográficas.

No que respeita ao ambiente macroeconómico, este tem um impacto maior sobre as decisões empresariais das mulheres do que na dos homens.

García e Moreno (2009), verificam que as mulheres possuem menos anos de experiência diretiva e empresarial, porque tendem a criar o seu negócio quando são muito jovens e adquirir essa mesma experiência já no seu negócio e não como assalariadas. Por norma as empresas de propriedade feminina, atuam principalmente na área dos serviços, apresentando níveis de venda, ativos e número de trabalhadores mais baixos que as empresas de propriedade masculina (Okafor e Amalu (2010), Coleman, S., Robb (2009). Mas tais diferenças devem-se principalmente a diferenças no tipo de características estruturais e na dotação dos recursos por parte do empresário (a) do que propriamente na diferença de géneros (García e Moreno 2009).

Após a leitura de vários estudos e artigos acerca das motivações que levam o sexo feminino a empreender podemos concluir que grande parte das mulheres aposta no empreendedorismo como forma de atingirem um nível de realização pessoal mais elevado, por necessidade de equilibrar a relação carreira família e por necessidades financeiras. Como principal característica das empreendedoras destaca-se a falta de experiência diretiva e empresarial.

Uma outra variável que se tem bastante em atenção no estudo da temática é o nível educacional, pois segundo os dados fornecidos pelo relatório acerca do empreendedorismo feminino (2010), é normal ser veiculado pelos meios de comunicação a ideia de que os empreendedores de sucesso têm menos níveis educacionais em detrimento dos que possuem uma escolaridade superior. O GEM vem assim mostrar que esta não é a realidade.

De modo geral, as mulheres empresárias quando comparadas com as não empresárias mostram-se mais propícias a ter um nível secundário completo ou até um curso superior. Nas economias orientadas para os fatores de produção, a diferença no que nos níveis educacionais entre empreendedores e não empreendedores é notória. Tal evidencia-se no sexo feminino onde existe o valor mais baixo de mulheres com ensino secundário e superior. Esta diferença vai-se desvanecendo com o evoluir do desenvolvimento económico. Esta ideia ganha notoriedade quando se verifica que 46% das empresárias nas economias orientadas para os fatores de produção tem pelo menos que o ensino secundário, enquanto que nas economias orientadas para a inovação 81,7% das mulheres têm o ensino secundário. O sexo masculino mostra resultados similares, quer em empreendedores, não empreendedores e proprietários

de empresas estabelecidas de cada grupo de desenvolvimento, e nas mudanças nos níveis educacionais com o aumento do respetivo desenvolvimento económico. Curiosamente verifica-se que os homens não empresários são mais propensos a possuir o ensino secundário quando comparados com as mulheres ao longo de todos os grupos económicos, o mesmo não se verifica nos empreendedores existentes nas economias impulsionadas pela inovação, onde existem mais mulheres com o ensino secundário que os homens.

Esta norma é aplicável também aos proprietários de empresas já estabelecidas, onde os homens são os mais propensos a ter o ensino secundário ou superior do que as mulheres nas economias orientadas para os fatores de produção e eficiência, mas nas economias orientadas para a inovação as mulheres parecem querer ultrapassar os homens.

Particularmente em Portugal os indivíduos mostram ter maior apetência em empreender se possuírem um maior nível educacional. Em termos de conhecimentos/competências necessárias para criar um negócio, 61,3% dos homens consideram possuir tais características enquanto apenas 43,1% das mulheres é da mesma opinião (Sociedade Portuguesa de Inovação, 2011). Destaca-se ainda a ideia que a falta de acesso a recursos financeiros é geralmente apontada como um dos obstáculos ao processo empreendedor. Realça-se o facto de as mulheres empresárias serem oriundas de todas as classes sociais enquanto os homens são predominantemente oriundos da classe média-alta (Sociedade Portuguesa de Inovação, 2004; 2011).

No que respeita às motivações femininas estas não são muito diferentes que as verificadas em outros países. Dinis e Helms (2000) com base numa investigação qualitativa concluem que as principais motivações que levam as mulheres Portuguesas a empreender são as motivações por necessidade nomeadamente, necessidades do foro financeiro e o facto de algumas delas se sentirem discriminadas no seu local de trabalho. A principal fonte de financiamento são as suas poupanças, apenas uma minoria recorre a fundos comunitários.

Como seria de esperar quando se fala em sucesso empresarial, as empresárias que apresentam maior satisfação são aquelas que o seu negócio verifica elevados níveis de crescimento (aumento das vendas), enquanto os níveis mais baixos estão relacionados com problemas financeiros e comerciais do negócio.

No geral a motivação principal para o alcance do sucesso prende-se principalmente com o apoio que existe por parte da família e dos amigos.

Por último no que respeita aos apoios institucionais, bastantes recorreram a este tipo de apoio. O Instituto para o Emprego e Formação Profissional (IEFP) foi a entidade mais procurada para a obtenção de informação e apoios. As que não pediram apresentaram como principais razões facto de não saberem da existência deste tipo de apoio, não necessitarem deles e por último o facto de não confiarem no sistema.

De forma a fomentar o empreendedorismo feminino, Portugal desde 2002 tem levado a cabo a iniciativa *Apoio ao Empreendedorismo de Mulheres*, integrada num subprograma do POEFDS - Programa Operacional Emprego, Formação e Desenvolvimento Social. Esta medida visava promover um bom nível de participação das mulheres no mercado de trabalho, apoiar a criação de redes a fim de incentivar o empreendedorismo feminino, apoiar a criação e consolidação de pequenas e microempresas, melhorar o acesso ao auto-emprego através de formação e promover a participação das mulheres nos sectores da economia e da alta tecnologia. Existem ainda instituições como o IEFP - Instituto Emprego e Formação Profissional - que têm adotado medidas a favor do emprego, nomeadamente a *iniciativa local de emprego* e a *criação do próprio emprego*, que pretendem financiar empresas fundadas por mulheres ou empresas que promovam a criação de postos de trabalho para mulheres. Destaca-se ainda a existência de organizações de mulheres empresárias (ex.: Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias) que desenvolvem projetos e atividades destinadas a despertar o espírito empresarial das mulheres.

Surge em 2007 um novo ciclo de fundos estruturais (Qren 2007/2013), tendo como principal objetivo facilitar o acesso a fundos para implementação de projetos. Destaca-se o Eixo 7 (Igualdade de Género) do Programa Operacional de Potencial Humano (POPH), particularmente a tipologia 7.6, que diz respeito ao “Apoio ao Empreendedorismo Associativismo e Criação de Redes Empresariais de atividades económicas geridas por mulheres”.

Esta tipologia de intervenção pretende promover as estratégias de apoio ao empreendedorismo feminino. As principais entidades beneficiárias deste apoio são, as associações empresariais, comerciais e/ou industriais, desde que desenvolvam projetos relacionados com as respetivas áreas de atividade. Estes devem incluir formação, consultoria, orientação e assistência técnica.

Realça-se a existência da tipologia SI Inovação (Sistema de Incentivos à Inovação), incorporada no Programa Operacional de Factores de Competitividade (POFC/COMPETE), que pretende promover o empreendedorismo qualificado, e particularmente, o empreendedorismo das mulheres. Para beneficiarem do referido apoio, os projetos (liderados por mulheres) devem respeitar duas condições: 1) a empresária tem de deter uma participação igual ou superior 50% no capital, 2) o empresário deve desempenhar funções executivas na empresa e mantê-las pelo menos, dois anos após a conclusão do projeto.

Também a nível educacional se começa a verificar a existência de unidades curriculares de Empreendedorismo no Plano de Estudos dos Cursos de Licenciatura, Mestrado e Doutoramentos, principalmente nas áreas da Economia e Gestão.

2.3 - Dificuldades das mulheres no processo empreendedor

Destacadas as principais motivações e características das mulheres empreendedoras, torna-se importante compreender que tipo de obstáculos se coloca no processo empreendedor feminino.

Muitas vezes o que se pensa ser um facto motivacional para a criação de um negócio, pode tornar-se um obstáculo, veja-se os estudos que Okafor e Amalu (2010) levaram a cabo. Estes autores definiram como ponto de investigação a hipótese seguinte: “Factores motivacionais não determinam o tipo de desafios que as empreendedoras enfrentam na criação do seu negócio”. Os fatores motivacionais que se tiveram em conta para o estudo foram a influência familiar, influência psicológica, influência financeira e fatores ambientes.

Os resultados apontam que a influência familiar é o que tem mais peso seguido dos fatores ambientais, psicológicos e por último os financeiros. Verifica-se que os fatores motivacionais podem tornar-se um obstáculo, neste caso, os entrevistados eram casados e têm dificuldade em lidar com os seus problemas familiares e catividade profissional. Neste caso a hipótese é rejeitada, pois verifica-se que os fatores motivacionais determinam o tipo de desafios que as mulheres empreendedoras enfrentam no ato de constituírem o seu próprio negócio.

Como principais obstáculos ao arranque do negócio são apontados problemas de concorrência, credibilidade no mercado, recessão económica, problemas de recebimento, problemas de crescimento do negócio e dificuldades em encontrar recursos humanos adequados. Ao contraio do que a literatura aponta, os problemas de financiamento não são mencionados como obstáculo, tal pode dever-se ao facto de existir capital social ou pessoal para financiar a catividade. Um outro obstáculo que usualmente se verifica é o acesso à legislação/regulamentação existente, nomeadamente nas zonas rurais onde, em geral, a formação e acesso á informação é, em geral, mais deficiente (Dinis e Helms 2000).

Heilman e Chen (2003) destacam como principal obstáculo a difícil tarefa de constituir uma boa carteira de clientes. Os clientes optam por escolher os homens proprietários de empresas, pois pensam que em determinados sectores de catividade (por exemplo sector de construção) são mais credenciados e informados que as mulheres. Estes autores destacam ainda nos seus estudos o facto de se criarem determinados estereótipos à volta do sexo feminino, o que se acaba por tornar um obstáculo.

Os principais estereótipos têm que ver com o facto de os homens não lidarem bem com o facto de o seu chefe ser um membro do sexo feminino, pois para eles as mulheres são incapazes, logo não vão conseguir atrair as mentes mais brilhantes para as suas empresas. Este tipo de pensamento leva à criação de problemas na obtenção de apoio financeiro.

Na grande maioria dos casos as mulheres são incapazes de expandir o seu negócio por falta de apoio devidamente coordenado. Muitas das vezes enfrentam desafios como a falta de recursos adequados, infraestruturas deficientes com baixa capacidade de funcionamento e falta de conhecimentos a nível de gestão empresarial.

A diferença de géneros não se encontra só na porção de capital investido aquando o início de uma empresa, mas também na concessão de financiamento da dívida e do capital. No que respeita a este ponto verifica-se que as mulheres continuam a ter dificuldade na obtenção de empréstimos e em lidar com os credores (Heilman e Chen, 2003; Coleman, S., Robb 2009). Quando uma mulher pede um empréstimo, os bancos tendem situa-la em níveis de risco mais elevados que os homens (Fay e Williams, 1993; Hisrich e Ozturk, 1999, citado por Winn, 2005). Mulheres empresárias muitas vezes estão condicionadas ao acesso a capitais, sofrem de discriminação que as exclui do comércio e associações empresariais. Esta situação reflete um impacto negativo sobre o seu acesso à informação, crédito, oportunidades de formação, parceiros de negócio e a própria entrada em novos mercados (Winn, 2005), o que leva a que apenas uma pequena percentagem de mulheres é que recorre ao uso de capital externo na forma de *business angels* ou capital de risco (Coleman, S., Robb, 2009). Neste sentido verifica-se que as mulheres tendem a iniciar o seu negócio com pequenas quantidades de capital, sendo a sua principal fonte de financiamento a interna. A aversão ao risco e o medo de perder o controlo da empresa leva a que as mulheres preferiam manter as suas empresas pequenas e de fácil administração. Esta situação limita a capacidade de desenvolver novos produtos, serviços e contratação de novos funcionários e principalmente a sobrevivência/desenvolvimento da empresa em períodos adversos (Levi et al e Powell, 1994, citado por Minniti, 2010). Nas economias em transição⁷, o preconceito quanto ao género resultou na redistribuição de bens públicos a favor dos homens, deixando as mulheres com menos garantias de obtenção de recursos financeiros (Winn, 2005).

A perceção sobre o papel tradicional da mulher na sociedade cria um clima social menos favorável para as mesmas. A forma discriminatória que a mulher é sujeita no mundo empresarial, a dificuldade em aceder aos créditos e o próprio tratamento pela parte do Estado/Governo, constitui uma barreira ao Empreendedorismo Feminino. Tal deve-se à contínua valorização do papel desempenhado pelo sexo masculino na sua estrutura familiar. O “pai” é visto como o mais importante em termos monetários. Desde cedo os homens são educados para trabalharem e sustentar a sua família e/ou eles próprios, enquanto as mulheres são educadas para encontrar alguém que as sustente. No geral mulheres casadas com filhos e empresárias, muitas das vezes acabam por se divorciar devido à pressão que existe em conciliar a vida familiar com a vida profissional (Winn, 2005).

⁷ Consideram-se economias em transição as economias que estão a deixar de ser economias centralmente planificadas para se tornarem economias de mercado livre. (http://en.wikipedia.org/wiki/Transition_economy).

Não é só o facto económico e a percepção do papel da mulher na sociedade que explicam a baixa taxa de empreendedorismo feminino. A literatura económica tem mostrado que as mulheres são menos tolerantes ao risco (Levi et al, 1994, citado por Minniti, 2010). No global, indivíduos com maior medo de fracasso são menos propensos a desenvolver uma catividade empresarial, no entanto não existe nenhuma evidência que relacione esta ideia com a diferença de géneros.

Minniti e Naudé (2010) apuram que a legislação e reformas existentes podem constituir um obstáculo ao sexo feminino na entrada no mercado empresarial, apesar de se verificarem algumas evoluções. Legisladores e políticos devem estar conscientes das lacunas existentes a nível fiscal e social. É necessário implementar políticas proactivas de modo a permitir à mulher a escolha de uma carreira sem sacrificar o seu lado pessoal (Winn, 2005).

Durante o processo de uma constituição de um negócio verificamos que as principais barreiras aparecem ao nível da concessão de financiamento para o mesmo. Mas tendo em conta que o empreendedorismo feminino não se baseia apenas na constituição de empresas, mas também se pode verificar na transmissão/herança de um negócio já existente na família, particularmente, no caso Português, Cabral (1991, citado por Ussman, 1998) em suas investigações concluiu que a sociedade portuguesa é predominantemente doméstica para as mulheres enquanto e socioprofissional para os homens. Vivemos numa sociedade que incute nas mulheres valores direccionados para a maternidade e tarefas domésticas, enquanto os homens são encorajados a construir uma carreira profissional que lhe proporcionem sustento individual ou a familiar.

A nível de gestão empresarial, verifica-se que os cargos de topo são ocupados por homens, no que respeita às condições de acesso ao ensino, verifica-se uma certa igualdade (Perista e Lopes, 1991 in Ussman, 1998). Contudo o papel da mulher torna-se difícil devido à dificuldade de conciliar trabalho com carreira profissional. Hershon (1975 in Ussman, 1998) e Nicolau (1977 in Ussman, 1998) mostram que o papel mais interventor que as mulheres desempenham nas empresas é o de conselheiras e apaziguadoras de conflitos (Lanserb, 1988; Levinson, 1971 in Ussman, 1998).

Assim neste sentido, Ussman (1998) pretende avaliar o papel das mulheres das famílias proprietárias de empresas na sua gestão numa sociedade onde o único papel deixado à mulher é o de doméstica. Através de uma amostra de 293 empresas, escolhidas através (1) da utilização lista telefónica procurando nome de empresas que continham a expressão “& filhos”, “& irmãos”, (2) notícias em jornais e revistas com informação suficiente para perceber que se tratava de empresas familiares. Ussman concluiu que:

- As mulheres não fundam nem participam na fundação de empresas

Nos casos estudados por Ussman, nenhuma das empresas foi fundada por mulheres, esta tarefa é exclusivamente do sexo masculino. Tendo em conta que algumas destas empresas

seriam fundadas por forma a manter o autossustento da família, seria natural existir uma intervenção feminina mais ativa, mas tal não se verificou. As mulheres mantiveram-se dedicadas a atividades domésticas.

- As mulheres chegam à direção por motivos negativos.

Neste ponto verifica-se que em grande parte das situações as mulheres só chegam a um cargo de direção por motivo negativos, ou seja não se faz por opção livre. Num dos casos tratava-se de uma senhora que tinha ficado viúva e o filho era ainda menor para poder assumir o controlo das empresas. O Outro caso reporta-se à desmotivação por parte do marido (empresário) que desiste das empresas devido à crise que se vivia em Portugal no pós 25 de Abril. No seguimento deste facto a mulher assume o controlo da empresa.

Em ambos os casos verifica-se o sucesso das empresas, vindo assim mostrar que tal como os homens também as mulheres têm capacidade de gerir um negócio.

- As mulheres não são incluídas no processo de socialização dos sucessores

Na linha de sucessão da presidência de uma empresa, verifica-se que preferencialmente, este cargo está destinado aos homens. Numa empresa em que o fundador tem 3 filhos (o mais velho é homem, o segundo é mulher e o mais novo é homem), os rapazes são incutidos para desenvolverem interesse pela empresas, enquanto que a filha tem o livre arbítrio de escolher trabalhar fora da empresa. Em casos onde o fundador só tem filhas, por norma entrega-se a direção da empresa aos genros.

- Como resultado da falta de socialização para o mundo da empresa da família, as mulheres são postas de lado na sucessão à direção

Muito ligado ao resultado anterior, este vem-nos mostrar que para além das mulheres serem excluídas da linha de sucessão da presidência da empresa, também são afastadas da linha de sucessão no que respeita direção da mesma. Num dos casos investigados por Ussman, verificou-se que quando só existem mulheres na linha de sucessão à direção, por norma a direção passa para os maridos e até diretamente para os netos. Em casos extremos verifica-se que o fundador quando não tem homens para lhe suceder na direção e só há mulheres, uma das hipóteses colocadas em discussão é a venda de capital a uma outra empresa, por forma assegurar a direção da empresa no futuro.

Nota-se que se continua a pressionar os filhos a interessarem-se pelos negócios da família, assim como a investirem em formação para posteriormente assumirem o comando da mesma. Às mulheres é deixada a livre escolha de trabalharem na empresa ou fora dela, mas deixando claro que a sucessão da propriedade e direção serão exclusivamente masculinos. Em casos excecionais, como na morte do fundador e como o filho deste é ainda muito novo para assumir o controlo da empresa, a mãe poderá assumir a direção da mesma.

Tanto na linha sucessão da presidência como na direção se nota que preferencialmente, esta função é para o sexo masculino, deixando uma vez mais as mulheres de parte. “Afastar as mulheres as mulheres da direção da empresa da família, dar-lhes cargos irrelevantes, saltar gerações no processo de sucessão, entregar a direção a pessoas provavelmente menos competentes só porque são homens, é estar a desperdiçar um importante recurso das pequenas e médias empresas familiares: sensivelmente metade da família” (Ussman, 1998).

Assim neste sentido torna-se urgente a mudança de mentalidades em relação ao papel da mulher na sociedade. Apesar de nos encontramos em pleno séc.xx, continua a ser difícil para a mulher concretizar-se no plano profissional. Tanto a nível de legislação como no que concerne aos apoios financeiro, ambos têm de se tornar mais céleres e menos burocráticos, pois enquanto se continuar a ver a mulher como um “peso” no mundo laboral em vez de ser vista como potencial agente de desenvolvimento económico do seu país, nunca se evoluirá no sentido de se atingir a melhor eficácia, eficiência e competitividade. Por mais evoluções tecnológicas que possam existir, o principal entrave na constituição de empresas por parte de, mulheres, é a existência de uma mentalidade fechada e machista que continua atribuir a estas o papel de cuidadora do lar.

PARTE II - INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

3. Objetivos e desenho da investigação

O objetivo desta investigação é compreender quais as motivações, características e obstáculos das mulheres empreendedoras em Portugal

Para responder a esta questão desenvolveu-se e implementou-se, inicialmente, um desenho de investigação de natureza quantitativa, centrado na recolha de informação primária junto das mulheres empresárias em Portugal. Nessa primeira fase, o desenho de investigação incluiu a definição de objetivos específicos, a construção de um modelo de análise e respetivas hipóteses a operacionalização de variáveis, o desenho de um inquérito e o seu lançamento via e-mail, para ser preenchido e respondido por essa mesma via. Este último processo passou por um pedido (oficializado pela UBI) a associações de empresários e empresárias no sentido de procederem à distribuição do inquérito pelas suas associadas, através dos seus contactos de email⁸. Apresentam-se em anexo os vários elementos desenvolvidos nesta fase inicial do trabalho.

O resultado deste procedimento, e depois de várias insistências junto das associações foi a receção de apenas 11 questionários válidos.

Atendendo à baixa taxa de respostas obtidas e dada a limitação de tempo para a realização do estudo, optou-se por abandonar esta estratégia de investigação e pela recolha de dados preexistentes, ou seja, trabalhar com dados secundários. Este tipo de método permite a economia de tempo e dinheiro ao investigador e permite que o mesmo consagre toda a sua energia na análise propriamente dita (Quivy, 1992).

Assim, mantendo a natureza quantitativa do estudo recorreram-se a dados publicados pelo GEM e disponíveis no seu sítio de internet que abrangem o período 2001 a 2008, selecionando, de um conjunto de centenas de variáveis, as variáveis que mais se adequavam aos objetivos deste trabalho.

Apresenta-se, na tabela que se segue (tabela 1) as variáveis consideradas relevantes para o estudo em causa, às quais corresponderam questões específicas bem como a dimensão ou aspeto que procura aferir.

⁸ A cedência desses contactos para distribuição directa pela investigadora não foi autorizada por essas associações.

Tabela 1 - Questões /variáveis selecionadas da base de dados GEM e seu significado como variáveis

Questões/Variáveis	Dimensão que representa
Aplicadas a toda a amostra	
Envolvimento em catividade empreendedora (taxa de catividade empreendedora total) - mulheres	TEA - mulheres
Envolvimento em catividade empreendedora (taxa de catividade empreendedora total) - homens	TEA - homens
Atividades empreendedoras desenvolvidas	
Atualmente encontra-se sozinho ou acompanhado, a tentar iniciar um novo negócio, incluindo autoemprego ou venda de quaisquer bens ou serviços a outros.	Empresário emergente
Atualmente é proprietário (sozinho ou acompanhado) de uma empresa que ajuda a gerir, por conta própria, ou venda de quaisquer bens ou serviços a outros?	Proprietário de negócio
Encontra-se na expectativa de começar um novo negócio (sozinho ou acompanhado) que inclua qualquer tipo de autoemprego nos próximos três anos.	Intenção empreendedora
Nos últimos 12 meses, vendeu interrompeu ou saiu de um negócio que detinha e geria, de qualquer forma de autoemprego, ou venda de bens ou serviços a qualquer pessoa.	Recente ex- proprietário de negócio
Capacidades/autoconfiança	
Considera que tem a habilidade, conhecimento e experiência necessários para começar um novo negócio.	Perceção da capacidade empreendedora própria
O medo do fracasso impede-o de começar um negócio?	Medo do fracasso
Aplicada à parte da amostra de indivíduos que não são atualmente empreendedores	
Anteriormente, iniciou, sozinho ou com outros, um negócio que detinha e geria?	Experiência empreendedora
Aplicadas a apenas à parte da amostra que corresponde empresários emergentes	
Nos últimos 12 meses fez algo para ajudar a iniciar um novo negócio?	Empresário emergente recente
Possui a totalidade, parte ou nada deste negócio?	Propriedade do negócio
Quantas pessoas, incluindo você, possuem e gerem o novo negócio?	Sociedades
Irão todos, alguns ou nenhum de seus potenciais clientes considerar este produto ou serviço novo e desconhecido?	Inovação
Atualmente há muitas, poucas, ou nenhuma empresas que oferecem os mesmos produtos ou serviços para seus potenciais clientes?	
Qual a proporção dos seus clientes, que normalmente, vivem fora do país, mais de 90%, mais de 75%, mais de 50%, mais de 25%, mais de 10, 10 ou menos?	Internacionalização
Atualmente quantas pessoas, sem contar com os proprietários, mas incluindo subcontratados exclusivos, estão a trabalhar para este negócio? (Aplicada à parte da amostra de indivíduos que pagam salários à mais de 3 meses)	Dimensão

Quantas pessoas irão estar a trabalhar para este negócio, sem contar os proprietários, mas incluindo todos os subcontratantes exclusivos, daqui a cinco anos?	Expectativas de crescimento
Está envolvido neste arranque de negócio para aproveitar uma oportunidade de negócio ou porque não tem melhores escolhas para o trabalho?	Motivação
Qual o motivo mais importante para a prossecução desta oportunidade: maior independência, aumento do rendimento pessoal, apenas para manter o rendimento; nenhuma das anteriores (especifique)?	
Antes deste, iniciou sozinho ou com outros, um negócio que detinha e geria?	Experiência empreendedora
Aplicadas a apenas à parte da amostra constituída por atuais proprietários de negócios	
Possui a totalidade, parte ou nada deste negócio?	Propriedade do negócio
Quantas pessoas são proprietárias e gerem o negócio?	Sociedade
Irão todos, alguns ou nenhum de seus potenciais clientes considerar este produto ou serviço novo e desconhecido?	Inovação
Agora, há muitas, poucas, ou nenhuma empresas que oferecem os mesmos produtos ou serviços para seus potenciais clientes?	
Qual a proporção dos seus clientes, que normalmente, vivem fora do país, mais de 90%, mais de 75%, mais de 50%, mais de 25%, mais de 10, 10 ou menos?	Internacionalização
Agora quantas pessoas, sem contar com os proprietários, mas incluindo subcontratados exclusivos, estão a trabalhar para este negócio?	Dimensão do negócio
Está envolvido neste arranque de negócio para aproveitar uma oportunidade de negócio ou porque não tem melhores escolhas para o trabalho?	Motivação
Qual o motivo mais importante para a prossecução desta oportunidade: maior independência, aumento do rendimento pessoal, apenas para manter o rendimento; nenhuma das anteriores (especifique)?	
Antes deste, iniciou sozinho ou com outros, um negócio que detinha e geria?	Experiência empreendedora
Aplicadas a apenas à parte da amostra constituída por ex-proprietários	
O negócio continuou depois que foi vendido	Destino do negócio
Razão mais importante para ter saído	Motivações para a saída

Do conjunto de inquéritos disponíveis na base de dados do GEM, selecionaram-se apenas os casos referentes a Portugal, resultando numa amostra total de 5023 indivíduos, distribuídos da seguinte forma, relativamente ao género e ano de realização do inquérito (tabela 2).

Tabela 2 - Distribuição da amostra selecionada de acordo com o gênero e o ano de administração dos questionários

		Ano de administração			Total
		2001	2004	2007	
Gênero	Homem	959	473	978	2410
	Mulher	1041	527	1045	2613
Total		2000	1000	2023	5023

Com base nas variáveis selecionadas e com o apoio do programa SPSS, efetuaram-se análises estatísticas que pudessem evidenciar as diferenças entre o grupo dos homens e o grupo das mulheres, nomeadamente o cruzamento de variáveis (*cross-tables*), o teste do *qui-quadrado*, para variáveis não escalares e o teste-*T* para amostras independentes, no caso de variáveis escalares (i.e quantitativas). Os resultados foram apresentados em tabelas.

4. Resultados

Apresenta-se na tabela em baixo (tabela 3), as variáveis selecionadas, bem como o nível de significância estatística associado aos resultados dos testes de diferenças entre o grupo dos homens e o grupo das mulheres efetuados. As variáveis cujas diferenças são significativas a um nível de confiança de 90% e 95% (com valores de significância inferiores a 0,1 e 0,05 respetivamente) estão evidenciadas com os símbolos “*” e “**” respetivamente

Tabela 3 - Variáveis de investigação

Questões/Variáveis	Nível de significância
Aplicadas a toda a amostra	
Atividades empreendedoras desenvolvidas	
Atualmente encontra-se sozinho ou acompanhado, a tentar iniciar um novo negócio, incluindo autoemprego ou venda de quaisquer bens ou serviços a outros.	0.000** (a)
Atualmente é proprietário (sozinho ou acompanhado) de uma empresa que ajuda a gerir, por conta própria, ou venda de quaisquer bens ou serviços a outros?	0.000** (a)
Encontra-se na expectativa de começar um novo negócio (sozinho ou acompanhado) que inclua qualquer tipo de autoemprego nos próximos três anos.	0.000** (a)
Nos últimos 12 meses, vendeu interrompeu ou saiu de um negócio que detinha e geria, de qualquer forma de autoemprego, ou venda de bens ou serviços a qualquer pessoa.	0.002** (a)
Capacidades/autoconfiança	
Considera que tem a habilidade, conhecimento e experiência necessários para começar um novo negócio.	0.000** (a)
O medo do fracasso impede-o de começar um negócio?	0.000** (a)
Aplicada à parte da amostra de indivíduos que não são atualmente empreendedores	
Anteriormente, iniciou, sozinho ou com outros, um negócio que detinha e geria?	0.425 (b)
Aplicadas a apenas à parte da amostra que corresponde empresários emergentes	
Nos últimos 12 meses fez algo para ajudar a iniciar um novo negócio?	0.183 (a)
¿Possui a totalidade, parte ou nada deste negócio?	0.951 (a)
Quantas pessoas, incluindo você, possuem e gerem o novo negócio?	0.251 (b)
Irão todos, alguns ou nenhum de seus potenciais clientes considerar este produto ou serviço novo e desconhecido?	0.679 (a)
Atualmente há muitas, poucas, ou nenhuma empresas que oferecem os mesmos produtos ou serviços para seus potenciais clientes?	0.815 (a)

Qual a proporção dos seus clientes, que normalmente, vivem fora do país, mais de 90%, mais de 75%, mais de 50%, mais de 25%, mais de 10, 10 ou menos?	0.979 (a)
Atualmente quantas pessoas, sem contar com os proprietários, mas incluindo subcontratados exclusivos, estão a trabalhar para este negócio? (Aplicada à parte da amostra de indivíduos que pagam salários à mais de 3 meses)	0.214 (b)
Quantas pessoas irão estar a trabalhar para este negócio, sem contar os proprietários, mas incluindo todos os subcontratantes exclusivos, daqui a cinco anos?	0.285 (b)
Está envolvido neste arranque de negócio para aproveitar uma oportunidade de negócio ou porque não tem melhores escolhas para o trabalho?	0.059* (a)
Qual o motivo mais importante para a prossecução desta oportunidade: maior independência, aumento do rendimento pessoal, apenas para manter o rendimento; nenhuma das anteriores (especifique)?	0.947 (a)
Antes deste, iniciou sozinho ou com outros, um negócio que detinha e geria?	0.001** (a)
Aplicadas a apenas à parte da amostra constituída por atuais proprietários de negócios	
Possui a totalidade, parte ou nada deste negócio?	0.286 (a)
Quantas pessoas são proprietárias e gerem o negócio?	0.154 (b)
Irão todos, alguns ou nenhum de seus potenciais clientes considerar este produto ou serviço novo e desconhecido?	0.934 (a)
Agora, há muitas, poucas, ou nenhuma empresas que oferecem os mesmos produtos ou serviços para seus potenciais clientes?	0.452 (a)
Qual a proporção dos seus clientes, que normalmente, vivem fora do país, mais de 90%, mais de 75%, mais de 50%, mais de 25%, mais de 10, 10 ou menos?	0.505 (a)
Agora quantas pessoas, sem contar com os proprietários, mas incluindo subcontratados exclusivos, estão a trabalhar para este negócio?	0.757 (b)
Está envolvido neste arranque de negócio para aproveitar uma oportunidade de negócio ou porque não tem melhores escolhas para o trabalho?	0.168 (a)
Qual o motivo mais importante para a prossecução desta oportunidade: maior independência, aumento do rendimento pessoal, apenas para manter o rendimento; nenhuma das anteriores (especifique)?	0.339 (a)
Antes deste, iniciou sozinho ou com outros, um negócio que detinha e geria?	0.134 (a)
Aplicadas a apenas à parte da amostra constituída por ex-proprietários	
O negócio continuou depois que foi vendido?	0.808 (a)
Razão mais importante para ter saído	0.293 (a)

(a) Teste do Qui-quadrado

(b) Teste T para amostras independentes

* diferenças estatisticamente significativas para um nível de confiança de 90%

** diferenças estatisticamente significativas para um nível de confiança de 95%

De acordo com os resultados apresentados, os grupos dos homens e mulheres, não apresentam diferenças estatisticamente significativas ao nível de experiência de negócio anterior, à exceção do grupo dos empresários emergentes. Este aspeto é a única diferença significativa entre homens e mulheres no grupo dos empresários emergentes. Relativamente ao grupo dos atuais proprietários e dos ex-proprietários, também não se verificou nenhuma

diferença significativa entre homens e mulheres, ao longo das diferentes dimensões analisadas.

Pelo contrário, constatam-se diferenças significativas ao nível do número de a) empresários emergentes; b) Proprietários de negócio; 3) Intenção empreendedora; 4) Ex- proprietários de negócio e também na 5) Perceção da capacidade empreendedora e 6) Medo do fracasso. Para além disso, especificamente no grupo dos empresários emergentes, constatam-se diferenças ao nível das 7) motivações nos empresários emergentes e 8) experiência de negócio anterior. Para estas variáveis, apresenta-se na tabela 4 e 5, o nº e a percentagem de respostas positivas (no caso de variáveis dicotómicas) ou de cada modalidade (nos restantes casos).

Tabela 4 - Variáveis gerais - discriminação das respostas positivas em ambos os sexos

Dimensão analisada	Homens			Mulheres		
	Nar.º	%	Total dos inquiridos	Nar.º	%	Total dos inquiridos
1) Empresário emergente	177	7,4%	2.403	107	4,1%	2.608
2) Proprietário	423	17,6%	2.410	237	9,1%	2.613
3) Intenção Empreendedora	200	14,1%	1.416	116	7,5%	1.539
4) Recente ex-proprietário de negócio	58	4,0%	1.449	33	2,1%	1.572
5) Capacidade empreendedora	1083	60,5%	1.791	765	41,8%	1.830
6) Medo do fracasso	614	33,8%	1.819	777	42,4%	1.832

De acordo com os resultados apresentados na tabela 1 a percentagem de empresários emergentes é mais elevada no sexo masculino que no feminino. O mesmo se passa quando analisados os proprietários de empresas já estabelecidas, estes são percentualmente mais elevados no sexo masculino que no feminino.

Em termos de intenção empreendedora, comparando o sexo feminino com o masculino verifica-se que o primeiro fica bastante aquém do segundo. Isto é, são os homens que apresentam valores mais elevados no que respeita à intenção de iniciar um negócio (14,1%). No que se refere à capacidade empreendedora, claramente é menor a percentagem de mulheres que acreditam possui estas capacidades (pouco mais de 40% em contraste com os mais de 60% dos homens). Em consonância, são as mulheres que mostram ter mais medo de fracassar num negócios e que mostram não possuir as devidas capacidades empreendedoras necessárias.

A explicação para estes resultados pode relacionar-se como o facto de Portugal ser uma sociedade relativamente tradicionalista onde desde cedo os homens são educados para trabalharem e sustentar a sua família e/ou eles próprios, enquanto as mulheres são educadas para encontrar alguém que as sustente, tal como referido por Winn (2005). Os resultados vão

também de encontro às conclusões de outros autores, tais como Levi et al (1994, citado por Minniti, 2010), que referem que em geral, as mulheres são menos tolerantes ao risco.

Quando questionados os empresários emergentes quais as motivações para iniciarem o negócio, obtiveram-se os resultados apresentados na tabela 5. Na sua análise evidencia-se o facto de que em ambos os sexos a opção de tirar partido da oportunidade de negócio foi seguindo-se por parte das mulheres com uma percentagem bastante mais elevada que a dos homens o ideia de que não teriam melhores alternativas de trabalho. Estes resultados, em parte, vão de encontro aos resultados obtidos por Dinis e Helms (2000) que com base numa investigação qualitativa concluem que uma das principais motivações que levam as mulheres Portuguesas a empreender são as motivações por necessidade nomeadamente, necessidades do foro financeiro

Destaca-se ainda que os homens, por norma, possuem mais frequentemente experiência anterior de propriedade e gestão de um negócio. Estes resultados vão de encontro a García e Moreno (2009), que verificaram que as mulheres possuem menos anos de experiencia direta e empresarial, porque tendem a criar o seu negócio quando são muito jovens e adquirirem essa mesma experiência já no seu negócio e não como assalariadas.

Tabela 5 - Variáveis específicas do grupo de empresários emergentes - discriminação das respostas positivas em ambos os sexos

Dimensão analisada	Homens			Mulheres		
	Nar.º	%	Total dos inquiridos	Nar.º	%	Total dos inquiridos
7) Motivações			125			72
• Tirar partido de uma oportunidade de negócio	87	69.6		42	58.3	
• Sem melhores alternativas de trabalho	13	10.4		18	25.0	
• Combinação das duas anteriores	14	11.2		6	8.3	
• Tem emprego mas procura melhores oportunidades	11	8.8		6	8.3	
8) Experiência de negócio anterior						
Proprietário	47	33.8	139	14	14.9	94

Com base nas questões colocadas no inquérito, a base de dados GEM disponibiliza também informação relativa a taxas empreendedoras. Do conjunto disponibilizado, tendo em consideração os objetivos deste estudo selecionaram-se as que se apresentam na tabela 6, com os respetivos níveis de significância.

Tabela 6 - Atividade empreendedora em Portugal: variáveis estatisticamente significantes

Taxa de catividade empreendedora	
Taxa de catividade empreendedora por estágio da catividade	0.613 (a)
Taxa de catividade empreendedora	0.000** (a)
Envolvido em catividade empreendedora por oportunidade	0.000** (a)
Envolvido em catividade empreendedora por Necessidade	0.983 (a)
TEA: Motivação por necessidade no total dos empreendedores	0.008** (a)

(c) Teste do Qui-quadrado

(d) Teste T para amostras independentes

* diferenças estatisticamente significativas para um nível de confiança de 90%

** diferenças estatisticamente significativas para um nível de confiança de 95%

Na tabela que se segue apresenta-se a distribuição dos valores destas variáveis por género, sendo que os resultados referentes á variáveis que **não** apresentam diferenças estatisticamente significativas são apresentados nas linhas sombreadas:

Tabela 7 - Taxa de catividade empreendedora total em Portugal por necessidade e oportunidade

Variáveis seleccionadas	Homens			Mulheres		
	Nar.º	%	Total	Nar.º	%	Total
Taxa de catividade empreendedora por estágio da catividade	-	-	207	-	-	111
• Empreendedores emergentes	102	49.3%	-	58	52.3%	-
• Proprietários recentes	105	50.7%	-	53	47.7%	-
TEA= Envolvidos em atividades empreendedoras	207	8,6%	2.410	111	4,2%	2.613
Envolvidos em atividades empreendedoras por oportunidade no total da população inquirida	169	7,0%	2.410	82	3,1%	2.613
Envolvidos em atividades empreendedoras por necessidade no total da população inquirida	22	0,9%	2.410	24	0,9%	2.613
TEA: Motivação por necessidade no total dos empreendedores	22	10.6	207	24	21.6	111

A análise do quadro permite constatar que a taxa empreendedora total (TEA) feminina é significativamente inferior (4,2%). Esta menor taxa de catividade pode ser explicada não só pelo facto económico, mas também pela perceção da própria mulher das suas capacidades empreendedoras e do seu maior medo do fracasso.

Já as diferenças na distribuição de empreendedores entre emergentes e proprietários, em cada grupo, não são estatisticamente significativa, situando à volta dos 50% para cada tio, tanto nas mulheres como nos homens

Constata-se também que o empreendedorismo por oportunidade é mais frequentemente referido, existindo, no entanto, diferenças significativas entre a população masculina e feminina. Nesta variável mais uma vez se evidencia o facto de as mulheres apresentarem valores mais baixos que os homens. No que se refere ao empreendedorismo por necessidade, em parte associado ao seu baixo valor no total da população, não evidencia diferenças significativas entre os grupos. De facto, quando se analisa a motivação por necessidade apenas no grupo dos empreendedores, a diferença entre homens e mulheres já é significativa com um peso muito superior no grupo das mulheres.

5. Conclusões

O objetivo central desta investigação foi identificar motivos e circunstâncias que levam as mulheres portuguesas a criarem os seus próprios negócios e compreender quais os obstáculos que enfrentam.

Para conseguir responder à questão principal procedeu-se a uma revisão da literatura. Nesta revisão, primeiramente abordou-se o tema do empreendedorismo, em concreto sobre a sua importância em todo o mundo e mais especificamente em Portugal, seguindo-se para o processo empreendedor e o agente empreendedor. Posto isto, passou-se para a análise específica do tema central desta investigação que é o Empreendedorismo Feminino. À semelhança do que se fez anteriormente, também neste ponto fez-se um levantamento da temática a nível global passando posteriormente para o específico que é o empreendedorismo feminino em Portugal.

Especificamente em Portugal em termos percentuais de Taxa de Atividade Empreendedora Total verifica-se que a feminina é de 4,2% contra a masculina de 8,6%. No que respeita ao tipo de empreendedorismo praticado por ambos é por oportunidade, sendo que esta percentagem é muito maior nos homens (7,0%) que nas mulheres (3,1%). Em termos de intenção empreendedora são os homens que manifestam maior intenção com 14,1% contra 7,5% das mulheres. Já a nível das capacidade/ autoconfiança necessárias para iniciar um negócio são elas mais uma vez mostram valores muito baixos comparativamente com os homens.

Evidencia-se ainda o facto de além de as mulheres empreender por oportunidade, a sua principal motivação também é o facto de se encontrarem *sem melhores alternativas de trabalho*.

Por outro lado quando se fala em desistir dos seus negócios homens e mulheres relatam as mesmas razões. No caso das mulheres estas desistem dos seus negócios principalmente por motivos de não liquidez do mesmo e por razões pessoais, seguindo-se os problemas de financiamento. O mesmo se passa com o sexo masculino, onde os problemas de liquidez e as razões pessoais são os motivos que os levam a desistir de um negócio, seguindo-se o aparecimento de uma boa oportunidade de venda do negócio, o surgimento de novo emprego ou uma nova oportunidade de negócio e dificuldades de financiamento

O estudo apresenta algumas limitações tal como o facto de algumas variáveis que poderiam ajudar na investigação não terem sido aplicadas ao caso Português. Destaca-se ainda como limitação a base de dados utilizada, uma vez que só contempla o tratamento dos dados até ao ano de 2008.

Como em todas as investigações para futuras investigações seria interessante fazer um novo estudo daqui a alguns anos, onde fossem estudadas as mesma variáveis verificando se houve alguma alteração nos resultados obtidos. Assim como aferir se o empreendedorismo feminino com o passar dos anos tem tendência a estabelecer-se como uma forma de crescimento e desenvolvimento económico de uma sociedade, sendo visto como uma mais-valia.

6. Referências bibliográficas

“Ser Empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa” - Apresentação Power Point
accedida em [http://serempreendedor.files.wordpress.com/2008/09/cap-1_introducao-
geral.pdf](http://serempreendedor.files.wordpress.com/2008/09/cap-1_introducao-geral.pdf) (07-07-2011)

Academia dos empreendedoras - Associação Nacional de Jovens empresários acedido em
<http://www.anje.pt/academia/default.asp?id=10&mnu=10> (20-12-2011)

Bell, J., (1997) “Como realizar um projeto de investigação”, Gradiva - Publicações, Lda.,
Lisboa

Borsa, J., Feil, C., (2008) “O papel da mulher no contexto familiar: uma breve reflexão”
accedido em <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0419.pdf> (23-01-2012).

Bruin, A., Brush, C., Welter, F. (2006) “Introduction to the special issue: towards building
cumulative knowledge on women’s Entrepreneurship”, in Entrepreneurship: Theory and
Practice, pág.585-593

Bygrave, W., Hofer, C. (1991) “Theorizing about entrepreneurship” in Entrepreneurship:
Theory and Practice, pág.13-22.

Coleman, S., Robb (2009) “A comparison of the new firm financing by gender: evidence from
the Kauffman Firm Survey data”, artigo publicado para acesso livre in Springerlink.com

Cornelius, B., Landstron, H., Persson, O. (2006) “Entrepreneurial studies: The dynamic
research front of a developing social science”, in Entrepreneurship: Theory and Practice,
pág.375-398

Dinis, A. & Helms, M. (2000) “Women and Entrepreneurship: A case study of Portugal”, in
Journal of International Business «& Entrepreneurship, Vol. 8, Nrº. 8, págs. 65-88.

Dinis, A., Ussman, A., (2006) “Empresarialidade e empresário: Revisão da literatura”, in
Comportamento Organizacional e Gestão, Vol. 12, Nº.1, pág. 95-114.

Entrevista ao Eng.º Victor Sá Carneiro - Diretor da Presidente da Associação de BIC’S (Business
Innovation Centres) acedida em
http://www.meintegra.ics.uminho.pt/docs/ficheiros/Entrevista_oficina_da_inovacao.pdf
(07-07-2011)

García, M. & Moreno, J. (2009) “Recursos Y resultados de las empresas: nuevas perspectivas
del efecto género”, in Cuaderno de economia y dirección de la empresa, Nrº. 42, págs. 151-
176.

Heilman, M. & Chen, J. (2003) “Entrepreneurship as a solution: the allure of self-employment
for women minorities”, in Human Resource Management Review, 13, pág.347-364.

<http://eusouempreendedor.wordpress.com/2009/09/15/empreendedorismo-feminino-em-portugal/> (07-07-2001)

http://www.rs4e.com/porta1/FAQ_empreendedorismo_portugal

Jonathan, E., Silva, T. (2007) “Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes” in *Psicologia e Sociedade*, 19 (1), pág.77-84

Kelley, D. J., Brush, C., G., Greene, P., G., Litovsky, Y. (2011) “Global Entrepreneurship Monitor - 2010 Women’s Report”, Babson College, and the Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Kelley, D., Singer, S., Herrington, M. (2012) “Global Entrepreneurship Monitor - 2011 Global Report” Babson College, and the Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Langowitz, N. & Minniti, M. (2007) “The entrepreneurial propensity of women”, in *Entrepreneurship: Theory and Practice*, pág. 341-364.

Loscocco, K., Monnat, S. et al. (2009) “Enterprising woman: A comparison of women’s and men’s small business networks, in *Gender & Society*, Vol. 23, Nrº. 3, pág.388-411.

Melo, K., Aparício, I., Oliveira, P., Calvosa, M. (2009) “Desenvolvimento de carreira: o papel das mulheres nas organizações” in *Revista Cadernos de Administração* acessado em http://www.fsma.edu.br/cadernos/Artigos/Cadernos_3_artigo_8.pdf (23-01-2012)

Minniti, M. & Naudé, W. (2010) “What do we know about the patterns and determinants of Female Entrepreneurship across countries?” in *European Journal of Development Research*, Vol. 22, Nrº. 3, pág. 277-293.

Minniti, M. (2010). “Female Entrepreneurship and Economic Activity. European” in *Journal of Development Research*, Vol. 22,Nº.3 págs.294-312.

Okafor, C., Amalu, R. (2010) “Entrepreneurial motivations as determinants of women entrepreneurship challenges”, in *Economic Sciences Series*, Vol.LXII, Nrº. 2, pág.67-77.

Programa Operacional Potencial Humano acessado <http://www.poph.qren.pt/content.asp?startAt=2&categoryID=371> (20-12-2011)

Quivy, R., Champenhoudt, L. (1992) “Manual de investigação em Ciências Sociais”, Gradiva - Publicações, S.A., Lisboa

Rede Europeia para promover o espírito empresarial das mulheres (WES) (2006) - Relatório de atividades 2005 acessado em http://www.cite.gov.pt/pt/destaques/RedeWES_Relat_Activids_2005.pdf (19-12-2011)

Rede Europeia para promover o espírito empresarial das mulheres (WES) (2009) - Relatório de atividades 2008 acessado em <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/wes-network/> (19-12-2011)

Sarri, K. & Trihopoulou, A. (2005). “Female entrepreneurs personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation” in *Women in Management Review*, Vol. 20, Nº 1/2 págs. 25-36.

Sociedade Portuguesa de Inovação (2005) - “Estudo de avaliação do potencial empreendedor em Portugal em 2004 - Project GEM 2004” acessado em: <http://www2.spi.pt/gem/docs/RelatorioSinteseGEM.pdf> (18-12-2011)

Sociedade Portuguesa de Inovação (2011) - “Estudo de Avaliação do Empreendedorismo em Portugal - Global Entrepreneurship Monitor 2010” acessado em: http://www.spi.pt/UserFiles/File/Documentos/68/GEM_Portugal_Final.pdf (20-12-2011)

Ussman, A. (1998) “ Influencias culturais sobre a função empresarial no feminino”, in *Organizações e Trabalho*, N.º 20, pág.41-49.

Wellington, A. (2005) “Self-employment: the new solution for balancing family and career?”, in *Labour Economics*, 13, pág. 357-386

Winn, J. (2005) “Women Entrepreneurs: Can we remove the barriers?” in *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 1, págs. 381-397.

Kelley, D., Singer, S., Herrington, M. (2012) “Global Entrepreneurship Monitor - 2011 Global Report” Babson College, and the Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

7. Anexos

Anexo 1 - Taxa de variação por catividade: total e por sexo em Portugal e na Europa (dos 27)

Taxa - Taxa de Variação

Tempo	Sexo					
	Total		Homens		Mulheres	
	UE27 - União Europeia (27 Países)	PT - Portugal	UE27 - União Europeia (27 Países)	PT - Portugal	UE27 - União Europeia (27 Países)	PT - Portugal
2000	T	T	T	T	T	T
2001	T -0,1	T 1,1	T -0,2	T 0,7	T 0,1	T 1,5
2002	T -0,1	T 1,0	T -0,4	T 0,8	T 0,2	T 1,2
2003	0	0,1	-0,3	-1	0,5	1,5
2004	T -0,1	T -0,3	T -0,5	T -0,1	T 0,3	T -0,6
2005	T 1,0	T 0,8	T 0,6	T -0,3	T 1,6	T 2,0
2006	0,5	0,3	0,2	0,2	0,9	0,4
2007	T Pro 0,1	T 0,2	T Pro 0,0	T -0,3	T Pro 0,4	T 0,8
2008	T Pro 0,5	T -0,1	T Pro 0,2	T -0,1	T Pro 0,8	T -0,2
2009	-	Pro -0,9	-	Pro -1,6	-	Pro -0,2

Fonte de Dados:

Eurostat / Institutos Nacionais de Estatística - Inquérito ao

Eurostat / NU / Institutos Nacionais de Estatística - Recolha de

Fonte: PORDATA, www.pordata.pt

Última actualização: 2011-12-19 01:06:33

Legenda

T Quebra de série

Anexo 2 - Guião de questionário a utilizar

O questionário a utilizar seguirá as regras do *guião de questionário a utilizar*, anexo 2. O tipo de questões a adotar, seguirá o modelo preconizado por Youngman (citado in Bell, 1997), ou seja as questões a utilizar estruturalmente classificam-se em categoria e de escala. Na primeira (categoria), a resposta será apenas uma de entre um conjunto de categorias, por exemplo categoria idade (20-29, 30-39, etc.), o inquirido apenas pode assinalar uma categoria. Na segunda (escala), há vários níveis nos processos de escalonamento de informação (nominal, ordinal, de intervalo, relacional) que podem ser utilizados nos questionários, há contudo, que proceder com cuidado.

Por forma a verificar se o inquérito se encontra estruturado da melhor forma, seria desejável fazer um questionário-piloto. Ou seja, através da aplicação do questionário a um grupo semelhante ao que constitui a população do estudo. Os inquiridos poderão indicar quanto tempo levaram para completarem o questionário e, se deixaram questões por responder, etc. O objetivo desta tarefa consiste em descobrir problemas apresentados pelo método de recolha de dados e corrigi-los antes da aplicação no estudo real (Bell, 1997).

Nesta caso específico o grupo piloto foi constituído apenas por duas empresárias que nos indicaram que o mesmo era de fácil perceção e que o seu tempo de preenchimento era acessível (mais ou menos 15 minutos).

Por último importa frisar qual o método de distribuição e recolha do questionário. Tendo em conta que nos encontramos numa época em que se utiliza as tecnologias de informação para tudo, incluindo no nosso próprio local de trabalho, por forma a facilitar o envio e receção do questionário evitando custos de envio (caso fosse em formato papel), vai optar-se pela construção de um questionário on-line. Esta opção torna-se mais viável, pois como já foi referido evita custos de envio (caso fosse em formato papel) e principio a taxa de respostas será mais elevada, pois os inquiridos não têm de se deslocar a um marco de correio a deixar o questionário.

Esta tarefa foi consumada no dia 10 de Julho de 2012, através do envio do questionário para várias associações empresariais, onde era pedido o respetivo envio para os seus associados.

Anexo 3 - Objetivo inicial de investigação

O propósito desta investigação é identificar as **razões/motivações** que levam as mulheres portuguesas a criarem os seus próprios negócios e compreender quais os **obstáculos/dificuldades** que enfrentam e como os ultrapassam.

Mais especificamente:

- 1) Relativamente às **motivações**, interessa compreender:
 - 1.1. Quais as circunstâncias que conduziram á decisão de seguir a carreira empreendedora
 - 1.2. Se as motivações das mulheres portuguesas para criarem o seu próprio negócio, são maioritariamente por necessidade ou por oportunidade
 - 1.3. Se as características das mulheres afetam o tipo de motivação mais evidenciado
- 2) Relativamente às **dificuldades**, procura-se compreender
 - 2.1 Quais as dificuldades sentidas durante a criação e desenvolvimento do seu negócio e quais são específicas da sua condição de género
 - 2.2 Compreender se existe uma relação entre as motivações e a perceção de dificuldades (e eventualmente a forma como as superam)
 - 2.3 Compreender se existe uma relação entre as características das mulheres e a perceção de dificuldades (e eventualmente a forma como as superam)

H1: As características pessoais das mulheres empresárias afetam o tipo de motivação das mulheres para iniciar o negócio

Com esta hipótese, pretende-se conseguir os seguintes resultados:

- Mulheres com maior nível de educação sejam mais motivadas por motivações positivas;
- Mulheres com experiência anterior de gestão e por conta própria sejam mais motivadas por motivações positivas;
- Mulheres com filhos sejam mais motivadas por necessidades de equilibrar família com trabalho.

Esta hipótese vai de encontro ao objetivo 1.3) *Se as características das mulheres afetam o tipo de motivação mais evidenciado.*

H2: O tipo de motivação central das mulheres empresárias afeta a percepção das dificuldades sentidas no processo empreendedor

Com esta hipótese, pretende-se conseguir os seguintes resultados:

- Mulheres com motivação predominantemente positiva tenham uma percepção de menos dificuldades; inversamente, motivação predominantemente negativa tenham uma percepção de mais dificuldades

Esta hipótese vai de encontro ao objetivo 2.2 *Compreender se existe uma relação entre as motivações e a percepção de dificuldades (e eventualmente a forma como as superam).*

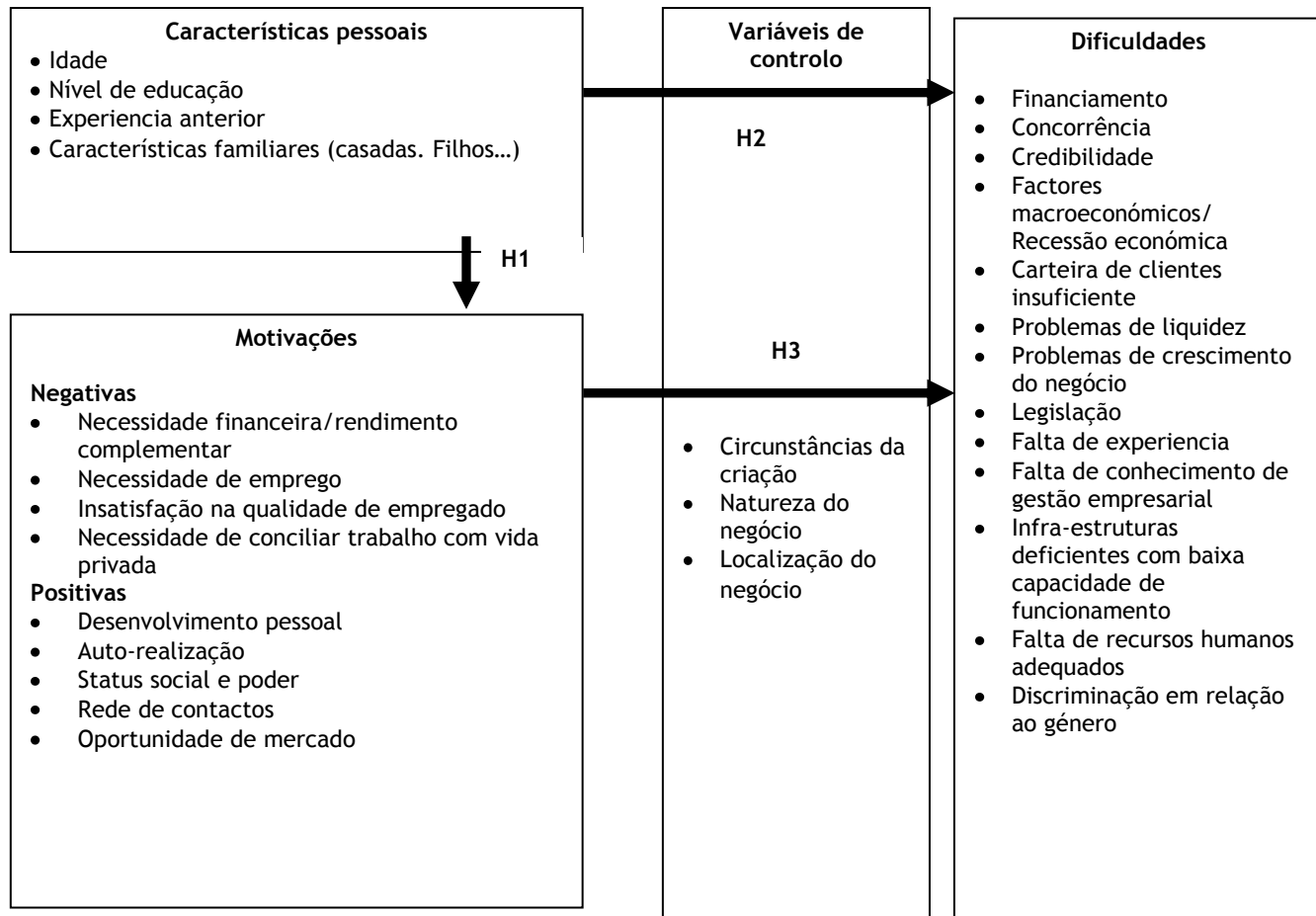
H3: As características pessoais das mulheres empresárias afetam a percepção das dificuldades sentidas no processo empreendedor

Com esta hipótese, pretende-se conseguir os seguintes resultados:

- Mulheres com menor nível de educação tenham uma percepção de menos dificuldades e em particular do tipo credibilidade, acesso a financiamento, entre outras.
- Mulheres com experiência anterior de gestão e por conta própria tenham uma percepção de menos dificuldades e em particular do tipo “falta de conhecimentos ao nível de gestão”

Esta hipótese vai de encontro ao objetivo 2.3) *Compreender se existe uma relação entre as características das mulheres e a percepção de dificuldades (e eventualmente a forma como as superam).*

Anexo 5 - Modelo de investigação



Dados biográficos

Questão	Opção (ões) de resposta
Sexo	Feminino Masculino
Idade	18-29 30-39 40-49
Localidade onde reside	Indicar o nome da localidade
Estado civil	Solteira Casada Viúva
Habilitações Literárias	Menos de 4 anos de escolaridade 4 Anos de escolaridade 6 Anos de escolaridade ...
Agregado Familiar (inclui filhos)	Sim Não Indique o nr.º de filhos

Situação Profissional

Questão	Opção (ões) de resposta
É trabalhadora por conta própria há quanto tempo?	Menos de 1ano 1 a 5 anos 5 a 10 anos Mais de 10 anos
Em que região se localiza a sua empresa	Norte Centro Sul Especifique a localidade:
Antes de se estabelecer como trabalhadora independente, despenhou alguma actividade por conta de outrem?	Sim Não
Se respondeu não passe para a questão seguinte. Se respondeu sim, na sua opinião, qual a (s) vantagem (s) deste tipo de vínculo laboral?	Ser trabalhador por conta de outrem é a opção mais indicada para o futuro profissional Por uma questão de segurança/estabilidade profissional e salarial Pela Segurança Social e/ou outro tipo de seguros Não é tão arriscado como ter um emprego por conta própria. Há uma sobrecarga de trabalho quando se tem um emprego por conta própria Por ter colegas de trabalho/ no emprego por conta própria estamos muito sós
Principal motivação que a levou a criar o seu	Razões financeiras (tentativa de obter mais

próprio negócio?	<p>rendimentos)</p> <p>Independência pessoal/ Posso gerir o meu tempo</p> <p>Razões familiares (forma para balancear família e carreira)</p> <p>Ter o meu próprio negócio é a opção mais adequada para a minha profissão</p> <p>É mais prestigiante</p> <p>Auto-Realização</p> <p>Tenho uma ideia que pode constituir uma oportunidade de negócio.</p> <p>Desemprego</p>
Principal obstáculo (s) que encontrou durante o processo (criação do negócio)	<p>Família</p> <p>Factores psicológicos</p> <p>Legislação/burocracia</p> <p>Financiamento (bancos, empréstimos)</p> <p>Falta de apoios estatais</p> <p>Falta de infraestruturas adequadas ao tipo de negócio</p> <p>Desconfiança pelo facto de ser mulher</p> <p>Desconfiança no tipo de serviço que presta</p>
Alguma vez pensou em desistir devido aos obstáculos mencionados?	<p>Sim</p> <p>Não</p>
Na sua opinião, as mulheres ainda são vistas como incapazes de gerir um negócio?	<p>Sim</p> <p>Não</p>
Se respondeu que sim, acho que essa ideia se deve à visão tradicional que a sociedade tem da mulher (deve cuidar dos filhos e ser sustentada pelo marido)?	<p>Sim</p> <p>Não</p> <p>Outro: especifique</p>