

# **Empreendedorismo Feminino no Contexto Africano (Moçambique): Barreiras e Desafios**

VERSÃO FINAL APÓS A DEFESA

**Jaciara Lucimar Vasconcelos de Albuquerque**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em  
**Empreendedorismo e Criação de Empresas**  
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Mário José Baptista Franco

**novembro de 2025**

**Folha em branco**

## **Declaração de Integridade**

Eu, Jaciara Lucimar Vasconcelos de Albuquerque, que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M11335 do Mestrado em Empreendedorismo e Criação de Empresas da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, declaro ter desenvolvido o presente trabalho e elaborado o presente texto em total consonância com o Código de Integridades da Universidade da Beira Interior.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referenciação de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã 01 /11 /2025

*Jaciara Lucimar Vasconcelos de Albuquerque*

# **Dedicatória**

Em memória de meu pai, Mário, e de meu irmão, Neto!

# Agradecimentos

Primeiramente à Deus, a Força criadora e propulsora do Universo, a Energia resignificadora que transmuta a vida e que transforma meus desafios, barreiras e obstáculos em aprendizagem e oportunidade de crescimento pessoal e espiritual.

Ao meu orientador, Professor Doutor Mário Franco, por ter aceite meu convite de orientar esta dissertação; sou muito grata pela disponibilidade, paciência e dedicação; sua orientação e ensinamentos constantes foram essenciais para a realização deste estudo. É um grande privilégio ser sua aluna e orientanda!

À Professora Doutora Margarida Rodrigues pela gentileza e boa vontade em ter me concedido o acesso ao programa NVivo, sem sua ajuda a pesquisa empírica deste estudo estaria seriamente comprometida.

À cidade de Covilhã e à Universidade da Beira Interior (UBI), por terem sido minha casa e meu lugar especial, onde sonhei estar em 2018, mas que a vida me levou para longe e me trouxe de volta no final de 2022! Obrigada Covilhã por me proporcionar, com suas vistas maravilhosas, momentos de reflexão e contemplação! Obrigada minha querida UBI por todo conhecimento, ensinamento e aprendizagem recebidos dos Professores, colegas de aulas, funcionários e a todos que fazem parte desta incrível instituição!

Um agradecimento especial às dezenove empresárias moçambicanas entrevistadas por terem aceite participar desta pesquisa e tornarem meu estudo possível de ser concluído. Sua força, coragem, determinação e resiliência para ultrapassar as barreiras e desafios impostos às suas vidas e aos negócios são louváveis e dignos de aplausos! Fiquei muito emocionada com todos os depoimentos e, sem dúvida, muita mais motivada em continuar meus estudos dentro das áreas de empreendedorismo feminino e liderança feminina. Eu aprendi muito com seus relatos sobre suas vivências e experiências de mulheres que desempenham muitos papéis importantes: empresárias, mães, esposas, donas-de-casa, estudantes, profissionais ... mulheres que lutam para ter um lugar justo e merecido na sociedade, que sofrem e enfrentam preconceitos, esteriótipos, paradigmas, críticas, julgamentos e sub-perspectivas, mas que não desistem e se mantêm firmes! Eu vi e senti um pouquinho da minha própria história em cada uma de vocês! ... À todas vocês, meus parabéns, meu agradecimento e meus aplausos! Que vocês sejam exemplo motivador e sirvam de inspiração para muitas meninas moçambicanas virem a empreender, não somente pela sobrevivência e sustento de suas famílias, mas principalmente para sua autonomia pessoal e independência financeira, para se tornarem provedoras de um futuro

melhor às suas famílias e gerar receita ao Estado, colaborando com o desenvolvimento da sociedade e a economia do país! Depois deste estudo, sinto-me muito mais orgulhosa de ser mulher!

Aos amigos e colegas que compartilharam bons momentos e que proporcionaram o apoio e um certo acalento nos momentos difíceis e desafiadores. E à todas as pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para realização deste estudo e a conclusão deste curso.

E finalmente, o mais intenso dos agradecimentos: à minha família, meu coração pulsante, minha base estrutural, minha raiz profunda e forte que me mantém “com chão” enquanto abro minhas asas alçando vôos cada vez mais altos. À minha mamacita (dona Conce), minhas irmãs (Jaci e Ciane), meu irmão (Andi), minhas sobrinhas (Luciane, Emily, Yasmin e Sofia); meu sobrinho (Aleksander) e cunhadas (Roberta e Suzellen). Que Deus Pai Misericordioso continue a iluminar Nossa Abençoada Família hoje e sempre! Que nossas condutas, escolhas e trajetórias de vidas carreguem e honrem a ética e dignidade repassadas, ensinadas e enraizadas por meu pai (seu Mário) e irmão (Neto), que já fizeram a passagem para o plano superior e se encontram junto ao Grande Pai Celestial!

# **Prefácio**

Este estudo foi concluído na força da raiva, da Fé e do café!

# Resumo

O empreendedorismo feminino exerce um importante papel no desenvolvimento económico e na inserção da mulher no mercado de trabalho, devido à sua capacidade de gerar emprego. África apresenta uma das mais elevadas taxas de empreendedorismo do mundo e é o único continente em que as mulheres representam a maioria dos empreendedores. Todavia, as mulheres empresárias africanas são confrontadas por diversos fatores externos e intrínsecos que se configuram como barreiras e desafios que afetam negativamente, tanto a criação, sobrevivência e desempenho, quanto o sucesso e desenvolvimento dos seus negócios. Nesta perspectiva, este estudo tem como objetivo investigar as principais barreiras e desafios do empreendedorismo feminino no contexto de Moçambique.

Esta investigação adotou uma abordagem qualitativa e exploratória cuja seleção da amostra foi por conveniência. Como técnica de obtenção de dados, foi usada a entrevista semi-estruturada aplicada, de forma online, junto de 19 empresárias moçambicanas que possuem negócio estabelecido e têm responsabilidades familiares. A análise e tratamento dos dados, obtidos através do conteúdo das entrevistas, foi efetuado por um procedimento sistematizado e sequenciado, cujos resultados apurados foram codificados e resumidos com a utilização do software NVivo 14.

Com esta pesquisa foi possível identificar as seguintes temáticas relacionadas com as barreiras e desafios do empreendedorismo feminino: fatores externos (político-económico, sócio-cultural e dinâmica familiar) e fatores intrínsecos (competências empreendedoras, com ênfase no nível de estudo, experiência profissional e características pessoais).

Os resultados revelaram ainda que a ausência de instituições de apoio e centros de formação gratuitos, dificuldade em financiamento bancário, assim como o excesso de corrupção, impostos, burocracia, preconceito e discriminação são as maiores barreiras impostas ao empreendedorismo feminino em Moçambique. As evidências empíricas também indicaram que o nível de estudos, quer a escolaridade formal quer as formações profissionalizantes, bem como a falta de apoio e incentivo familiar, os papéis tradicionais da mulher e o excesso de responsabilidades para com suas famílias, são os maiores desafios enfrentados pelas mulheres empresárias, impactando negativamente no desempenho de seus negócios.

Vale ressaltar que todas as dimensões no contexto da sociedade e da cultura moçambicana, abrangidas neste estudo, mostraram ter alguma influência no estereótipo de género. Neste cenário, o assédio sexual e moral foi constatado como a maior barreira sócio-cultural enfrentada pelas empresárias, sendo que todas as mulheres revelaram ter sofrido alguma situação ou momento no qual foram assediadas.

A partir deste estudo emergiram direcionamentos que podem ser considerados pelas autoridades e instituições competentes, destacando-se não somente a necessidade de criar políticas públicas, legislações, medidas estratégicas e instituições de apoio, mas principalmente aplicá-las no contexto real do empreendedorismo feminino em Moçambique. Com estas medidas, pretende-se compreender e reduzir os aspectos limitadores do desempenho e crescimento dos negócios das empresárias.

Finalmente, este estudo apresenta várias contribuições teóricas e práticas, entre elas, destaca-se a sua originalidade, pois é uma das poucas pesquisas conhecidas que estudou esta temática sobre o empreendedorismo feminino no contexto de Moçambique, colmatando, portanto, esta lacuna na investigação. Neste estudo, propõe-se ainda um *framework* sobre os fatores contextuais que podem implicar barreiras e desafios ao empreendedorismo feminino e que fornece informações úteis para o governo e estudiosos nesta área.

## **Palavras-chave**

Empreendedorismo feminino; empreendedoras africanas; Moçambique; barreiras e desafios; mulheres empresárias; fatores externos e intrínsecos.

# Abstract

Female entrepreneurship plays an important role in economic development and the insertion of women into the job market, due to their ability to generate employment. Africa has one of the highest rates of entrepreneurship in the world and is the only continent where women represent most entrepreneurs. However, African women entrepreneurs are confronted by several external and intrinsic factors that constitute barriers and challenges that negatively affect both the creation, survival and performance, as well as the success and development of their businesses. From this perspective, this study aims to investigate the main barriers and challenges of female entrepreneurship in the context of Mozambique.

This research adopted a qualitative and exploratory approach whose sample selection was by convenience. As a data collection technique, a semi-structured interview was used, applied online, to 19 Mozambican businesswomen who have an established business and have family responsibilities. The analysis and processing of the data obtained through the content of the interviews was carried out using a systematic and sequenced procedure, the results of which were coded and summarized using NVivo 14 software.

With this research, it was possible to identify the following themes related to the barriers and challenges of female entrepreneurship: external factors (political-economic, socio-cultural and family dynamics) and intrinsic factors (entrepreneurial skills, with emphasis on level of education, professional experience and personal characteristics).

The results also revealed that the lack of support institutions and free training centers, difficulty in obtaining bank financing, as well as excessive corruption, taxes, bureaucracy, prejudice and discrimination are the biggest barriers to female entrepreneurship in Mozambique. Empirical evidence also indicated that the level of education, whether formal schooling or vocational training, as well as the lack of family support and encouragement, Women's traditional roles and excessive responsibilities towards their families are the biggest challenges faced by female entrepreneurs, negatively impacting the performance of their businesses.

It is worth mentioning that all dimensions of Mozambican society and culture covered in this study showed some influence on gender stereotypes. In this context, sexual and moral harassment were identified as the greatest sociocultural barrier faced by businesswomen, with all women reporting having experienced some situation or moment of harassment.

From this study, guidelines emerged that can be considered by the competent authorities and institutions, highlighting not only the need to create public policies, legislation, strategic measures and support institutions, but mainly to apply them to the real-world context of female entrepreneurship in Mozambique. These measures aim to understand and reduce the limiting factors affecting the performance and growth of female entrepreneurs' businesses.

Finally, this study presents several theoretical and practical contributions, among which its originality stands out, as it is one of the few known types of research that studied this topic on female entrepreneurship in the context of Mozambique, thus filling this gap in research. This study also proposes a framework on the contextual factors that may imply barriers and challenges to female entrepreneurship and that provides useful information for the government and researchers in this area.

## **Palavras-chave**

Female entrepreneurship; African women entrepreneurs; Mozambique; barriers and challenges; businesswomen; external and intrinsic factors.

# Índice

<i>Declaração de Integridade</i> .....	ii
<i>Dedicatória</i> .....	iv
<i>Agradecimentos</i> .....	v
<i>Prefácio</i> .....	vii
<i>Resumo</i> .....	viii
<i>Abstract</i> .....	x
<i>Lista de Figura</i> .....	xiv
<i>Lista de Tabelas</i> .....	xiv
<i>Lista de Gráficos</i> .....	xiv
<i>Lista de Acrónimos</i> .....	xv
<b>1. Introdução</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Enquadramento Teórico</b> .....	<b>4</b>
2.1. Teoria de Género .....	4
2.2. Empreendedorismo Feminino em África .....	7
2.3. Barreiras e Desafios do Empreendedorismo Feminino em África .....	11
2.3.1. Fatores Externos.....	13
2.3.1.1.Fatores Político-Económicos .....	13
2.3.1.2.Fatores Sócio-Culturais .....	15
2.3.1.3.Fator Dinâmica Familiar .....	17
2.3.2. Fatores Intrínsecos .....	18
2.3.2.1.Competências Empreendedoras .....	19
<b>3. Metodologia da Investigação</b> .....	<b>23</b>
3.1. Contexto do Estudo: Caracterização Geral de Moçambique .....	23
3.2. Tipo de Abordagem da Investigação .....	25
3.3. Seleção das Participantes .....	26
3.4. Recolha de Informação .....	32
3.5. Tratamento e Análise dos Dados.....	33
<b>4. Resultados e Discussão</b> .....	<b>41</b>
4.1. Fatores Político-Económicos .....	41
4.1.1. Política.....	41
4.1.2. Economia .....	49
4.2. Fatores Sócio-Culturais .....	55
4.2.1. Sociedade .....	56
4.2.2. Cultura.....	63
4.3. Fator Dinâmica Familiar .....	68
4.4. Fator Competências Empreendedoras.....	73

4.5. Proposta de <i>Framework</i> sobre os Fatores Contextuais no Empreendedorismo Feminino.....	80
<b>5. Conclusões e Implicações .....</b>	<b>82</b>
5.1. Conclusões Gerais .....	82
5.2. Contribuições Teóricas e Práticas.....	85
5.3. Limiações e Sugestões para futuras investigações .....	87
<b>Referências .....</b>	<b>90</b>
<b>Apêndices.....</b>	<b>104</b>
Apêndice 1 – Convite para participar na Entrevista.....	104
Apêndice 2 – Guião da Entrevista .....	107

## **Lista de Figuras**

Figura 1 - Diagrama de Cluster

Figura 2 - Referências de Codificação

Figura 3 - Mapa do Projeto

Figura 4 - Modelo de Análise

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1 - Principais barreiras e desafios para o empreendedorismo feminino em África

Tabela 2 - Perfil das Entrevistadas e Características dos Negócios

## **Lista de Gráficos**

Gráfico 1 - Perfil das Empreendedoras

Gráfico 2 - Características dos Negócios

Gráfico 3 - Fator Político-Económico (cenário político)

Gráfico 4 - Fator Político-Económico (contexto económico)

Gráfico 5 - Fator Sócio-Cultural (cenário da sociedade)

Gráfico 6 - Fator Sócio-Cultural (contexto da cultura)

Gráfico 7 - Fator Dinâmica Familiar

Gráfico 8 - Fator Competências Empreendedoras

## **Lista de Acrónimos**

DCA	Análise de Conteúdo Direcionada
FEM	Fórum Econômico Mundial
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
MENA	Middle East and North Africa
ONG	Organizações Não Governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
PME	Pequenas e Médias Empresas
UBI	Universidade da Beira Interior



# Capítulo 1

## Introdução

As mulheres empresárias contribuem cada vez mais significativamente para as economias dos países e regiões, devido à sua capacidade de criação de empregos para si próprias e para outros (e.g., Kamberidou, 2013; Fatoki, 2014; Monteith e Camfield, 2019; Sallah e Caesar, 2020; Shearman, 2020; Ojong et al. 2021). Desta forma, tem vindo a ser atribuída uma crescente relevância ao empreendedorismo feminino, devido ao importante papel desempenhado por mulheres empreendedoras na criação, gestão e desenvolvimento de seus próprios negócios (Acs et al., 2005; Mitchelmore e Rowley, 2013; Ojong et al. 2021). O empreendedorismo feminino exerce, assim, um importante papel no desenvolvimento económico e na inserção da mulher no mercado de trabalho (Bastian et al., 2021). Irene (2017) e Walker e Brown (2004) ressaltam ainda que a sustentabilidade e crescimento dos negócios das mulheres não são garantidos somente pelo sucesso financeiro, mas também pela complementação de elementos adicionais, tais como fatores empreendedores motivacionais e indicadores não financeiros.

De acordo com Work Bank (2019), citado por Naguib (2024), a África apresenta uma das mais elevadas taxas de empreendedorismo do mundo e é o único continente em que as mulheres representam a maioria dos empreendedores. Desta forma, as mulheres empreendedoras em África têm significantes contribuições para a inovação, geração de empregos, redução da pobreza e o bem-estar doméstico (Crittenden et al., 2019). Todavia, a literatura mostra que o empreendedorismo feminino em África é confrontado por diversos fatores que afetam negativamente, tanto a criação e desempenho quanto o sucesso e desenvolvimento dos negócios pertencentes às mulheres africanas (e.g. Chitsike, 2000; Bird e Brush, 2002; Calás et al., 2009; Ali, 2018; Cervello-Royo et al., 2020; Naguib, 2024).

Considerando-se o papel potencial do empreendedorismo feminino para o crescimento socio-económico dos países, sobretudo em economias emergentes como África, investigar as principais barreiras e desafios que condicionam o empreendedorismo feminino neste contexto, parece ser altamente recomendável. Nesta perspectiva, a importância do presente estudo consiste numa compreensão mais aprofundada sobre as barreiras e desafios impostos ao empreendedorismo feminino em África e as formas que as mulheres empreendedoras africanas encontram para enfrentar esses desafios, com enfoque no contexto de Moçambique.

O estudo permite replicação, sendo possível realizar o mesmo estilo de trabalho em muitos outros países africanos, ou até mesmo em outros continentes que apresentam contextos

relativamente similares, tal como a América Latina. Dentre as razões que levaram à realização deste estudo, destaca-se a motivação em aprofundar o empreendedorismo feminino e procurar entender qual o estado da pesquisa académica sobre este fenómeno em África. Neste contexto, Ojong et al. (2021) sugerem que a pesquisa conceitual sobre o empreendedorismo feminino pode ajudar a introduzir novas teorizações sobre a concepção, estruturação e implementação do empreendedorismo feminino e como essas teorias poderão ser conceitualizadas e operacionalizadas, especialmente no contexto da África.

Embora a relação entre questões sócio-culturais e político-económicas e o empreendedorismo feminino tenha vindo a ser gradualmente pesquisada em diversos países, há uma limitada atenção quanto à complexidade do fenómeno no contexto africano. A literatura sobre empreendedorismo feminino, em África, oferece poucos detalhes sobre o impacto dessas questões nos negócios das mulheres e os estudos, mais recentes, não abordam profundamente esse problema.

Em Moçambique, por exemplo, as mulheres empreendedoras tem recebido pouca relevância entre pesquisadores e académicos na busca pela sobrevivência e crescimento dos negócios e quais os aspectos que configuram como restrições. Esta escassez de pesquisa é problemática, particularmente, quando se considera a importância de entender como e quais os fatores (externos e intrínsecos) que podem causar tais barreiras (e.g., Ali, 2018; Cervello-Royo et al., 2020; Naguib, 2024). Além disso, esta evidência empírica limitada apresenta um obstáculo para a formulação e implementação de políticas eficazes que sustentem o crescimento dos negócios de mulheres em países africanos.

Recentemente, existe pouca literatura e estudos empíricos sobre como os aspectos sócio-culturais e político-económicos podem ser vistos como limitações ao empreendedorismo feminino em África e sua influência no desempenho e crescimento dos negócios moçambicanos criados por mulheres. Este estudo procura, portanto, colmatar esta lacuna, pois, até onde se sabe, poucos estudos até agora abordaram esta temática no contexto de Moçambique.

Neste sentido, esta pesquisa tem como objetivo investigar as principais barreiras e desafios no empreendedorismo feminino em Moçambique. Também destacam-se duas questões-chave: a) *Quais os fatores externos e intrínsecos que se configuram como barreiras para o empreendedorismo feminino em Moçambique?*; e b) *Quais os desafios para o empreendedorismo feminino em Moçambique?* Logo, este estudo apresenta contributos académicos e práticos, colmatando uma lacuna na investigação. Nos contributos académicos, por tratar-se de um dos poucos estudos deste tipo, os resultados proporcionam uma maior

compreensão dessa temática; relativamente aos contributos práticos, a descoberta empírica do estudo contém algumas implicações direcionadas para a comunidade e profissionais, especialmente, para as mulheres empreendedoras africanas. Estes mecanismos podem ser usados como exemplos para atenuar os impactos dos obstáculos e barreiras impostos às empreendedoras femininas para a criação, sobrevivência, bom desempenho e expansão de seus negócios.

Esta dissertação está estruturada da seguinte forma: Capítulo 1 – Introdução, onde se justifica o tema, apresentam-se os objetivos e questões da investigação, além dos principais contributos desta investigação; em seguida, no Capítulo 2 apresenta-se o enquadramento teórico no que concerne à temática central da pesquisa. No Capítulo 3 é descrita a metodologia adotada para esta investigação e seus procedimentos metodológicos. Posteriormente, no capítulo 4 apresenta-se a análise e discussão dos resultados. Por último, no capítulo 5, faz-se uma breve conclusão, que contempla a síntese da discussão dos resultados, os contributos, as limitações do estudo e sugestões para futuras investigações.

## Capítulo 2

### Enquadramento Teórico

Neste capítulo, consideramos a Teoria do Género como referencial teórico para investigar os principais desafios e obstáculos impostos ao empreendedorismo feminino africano. Assim, na secção 2.1 faz-se um breve discorrer sobre esta teoria; na secção 2.2 comenta-se de forma sintetizada a definição e algumas características do empreendedorismo feminino; na secção 2.3 apresenta-se uma visão geral do empreendedorismo feminino em África; na sub-secção 2.4 exemplificam-se algumas evidências empíricas de estudos anteriores e elencamos as principais barreiras e obstáculos do empreendedorismo feminino em África.

#### 2.1 Teoria de Género

As teorias desempenham um papel importante na compreensão de qualquer fenómeno de investigação, pois orientam a recolha, análise e interpretação de dados de um estudo científico (Scott, 1988). Nesse âmbito, a Teoria do Género (Trauth, 2013) foi a corrente teórica adotada para guiar o presente estudo. Essa teoria surge como uma forma de pensar em como a história e a cultura inclinam-se para a organização e socialização humana, sob uma perspectiva de compreender a complexidade das relações sociais e do poder homens vs. mulheres, numa possibilidade de intervenção social (Scott, 1988; Trauth, 2013).

A partir de 1980, devido ao número crescente de mulheres que atuam na gestão de ambientes corporativos e nos negócios, um considerável número de estudos e literatura (e.g., Barret e Moores, 2009; Lussier e Sonfield, 2019; Sonfield e Lussier, 2012;) têm focado nas possíveis semelhanças e diferenças entre homens e mulheres como gestores. Segundo Franco et al. (2023), as mudanças ocorridas no padrão de investigação sobre comportamento de gestão e empreendedorismo, corroboram para a mudança de consenso na literatura sob uma perspectiva de diferenças de género em direção a semelhanças de género. Contudo, estudos mais recentes têm apresentado conclusões que enfatizam mais semelhanças de género do que diferenças (Sonfiel e Lussier, 2012).

De acordo com Szymanska e Rubin (2018), a teoria da estrutura de género foca-se na concepção e percepção social sobre as interações entre homens e mulheres, descrevendo, refletindo ou desafiando crenças sobre os papéis sociais e os esteriótipos atribuídos a ambos os sexos (Franco e Piceti, 2020), como distribuição normativa ou status e competências designadas. Segundo Hentschel et al. (2020), opiniões e julgamentos baseados somente em

papéis sociais e os estereótipos podem influenciar positiva ou negativamente decisões sobre as oportunidades dadas e as expectativas em relação ao desempenho e resultados do trabalho de homens e mulheres (Franco e Piceti, 2020).

Szymanska e Rubin (2018) destacam que os papéis sociais são definidos como expectativas compartilhadas e aplicadas às pessoas que são membros de uma designada categoria social e ocupam uma determinada posição na sociedade. Os papéis de gênero, em particular, são crenças sociais e atribuições descritivas (como homens e mulheres são) e prescritivas (como homens e mulheres devem ser), ou seja, definem o que é visto, percebido ou imposto como comportamento tipicamente masculino e tipicamente feminino (Franco et al., 2023).

Longin e Santacreu-Vasut (2019) destacam que os estereótipos são caracterizações ou categorizações uniformizadas empregues a indivíduos pertencentes a grupos minoritários, e não representam as singularidades individuais. Os estereótipos de gênero, em particular, retratam as generalizações de comportamento aplicadas a indivíduos “porque” são homens e mulheres, sendo utilizados tanto para caracterizar os outros, quanto para se autocaracterizar (Franco et al., 2023).

De acordo com Trauth (2013), em todas as investigações, a Teoria do Gênero tem sido utilizada essencialmente para orientar a interpretação dos resultados numa direção de gênero. Aliás, Franco et al. (2023) ressaltam a importância de teorizar o gênero numa investigação sobre empreendedorismo, envolvendo aspectos e situações vivenciadas de forma diferente pelo gênero. Estudos anteriores (e.g., Langowitz e Minniti, 2007) já tinham sugerido diferenças de gênero na avaliação de novas oportunidades, e isso pode se configurar como barreira responsável pelos diferentes percentuais de empreendedorismo entre mulheres e homens.

De uma maneira global, o empreendedorismo está fortemente enraizado nas construções sociais como um papel masculino (Greene et al., 2013) e o perfil empreendedor é muitas vezes atribuído como um fator intrínseco ao homem (Franco et al., 2023). Embora nas últimas décadas, os atributos masculinos dos empreendedores ainda sejam amplamente difundidos, as características femininas também passaram a ser bastante destacadas (James, 2012), promovendo uma compreensão positiva do papel da mulher e dos aspectos e valores femininos no empreendedorismo (Calas et al., 2009). Segundo Carradus (2017), a literatura tem buscado explicações para a divisão do trabalho por gênero em estudos interculturais, onde tem sido apontada a importância da cultura e da segregação de gênero na distinção/particularização do trabalho masculino e feminino.

Franco et al. (2023) destacam que estudos anteriores denotavam um esteriótipo negativo da mulher no mundo dos negócios, ressaltando características carentes de atributos necessários para gerir um negócio, tais como: “mais cautelosas, menos confiantes, menos agressivas, mais fáceis de persuadir, e tinham uma liderança e capacidades de resolução de problemas inferiores às dos gestores masculinos”.

Segundo Constantinidis (2021), nas últimas décadas, muitos estudos sobre o comportamento empresarial e de gestão têm-se focado nas diferenças e semelhanças de género, sendo que alguns autores defendem que, em comparação aos homens, as mulheres apresentam significativas diferenças:

- ✓ As mulheres priorizam suas experiências de vida distintivamente dos homens, e tendem a realizar diferentes atividades sociais, tanto em ambientes empresariais quanto dentro de suas famílias (Franco et al., 2023).
- ✓ As mulheres tendem a avaliar o sucesso com base em realizações pessoais ou fortes relacionamentos interpessoais (Soost e Moog, 2019; Franco et al., 2023).
- ✓ As mulheres prestam menos atenção ao valor económico e aos indicadores quantitativos de realização e sucesso, procurando equilibrar os objetivos económicos com os não económicos (Soost e Moog, 2019).
- ✓ Sob a perspectiva dos riscos, as mulheres empreendedoras são significativamente mais propensas a preferirem negócios de baixo risco e baixo retorno comparativamente aos empreendedores homens (Kepler e Shane, 2007).
- ✓ As mulheres tendem a correr menos riscos e prestam mais atenção ao equilíbrio entre família e trabalho (Kepler e Shane, 2007; Jennings e McDougald, 2007).
- ✓ As mulheres diferem dos homens na resolução de problemas e no modo de comunicação (Danes et al., 2005).

Atualmente, estudos que comparam o género com a performance de gestão têm revelado que não existem diferenças significativas de género nos valores ou estilos de tomada de decisões na gestão de negócios. Em vez disso, dentro de cada género, existem gestores excelentes, médios e de má performance de gestão (Franco et al., 2023).

Os estudos de Collins-Dodd et al. (2004) revelaram que as diferenças de desempenho financeiro em pequenas e médias empresas (PME) não estão relacionadas ao género. Por exemplo, os resultados da pesquisa de Sexton e Bowman-Upton (1990) concluíram que as inclinações psicológicas de mulheres e homens empresários do sexo feminino e masculino tendem a ser semelhantes e as diferenças existentes não afetam a capacidade para gerir uma

empresa, existem ainda estudos que revelaram que ambos os gêneros são igualmente eficazes como gestores tomadores de decisões em condições de risco. Por exemplo, o estudo de modelação financeira de Johnson e Powell (1994) identificou que não há diferenças na qualidade da tomada de decisão ou nas atitudes em relação ao risco entre homens e mulheres no Reino Unido. Assim, num contexto de gestão, as diferenças estão mais relacionadas com a experiência, perfil de gestão, acesso à informação e educação formal (Franco et al., 2023).

Segundo Welter (2020), algumas sociedades, de forma implícita ou explícita, atribuem às escolhas de carreira das mulheres, papéis de género relacionados com a casa e a família que desmerecem sua inclinação ao empreendedorismo. Nesse sentido, o perfil e as características empreendedoras especificamente femininas, apontadas como algo de menor valor, tem sido perpetuado na sociedade através de estruturas conceituais e normativas apoiadas por pressupostos embutidos nos papéis de género (Ahl e Nelson, 2015), que reafirmam o perfil masculino empreendedor como uma característica de alto valor e inovador (Franco et al., 2023). Desse modo, para Welter (2020), os papéis de género também influenciam as políticas e medidas de apoio ao empreendedorismo feminino.

Em suma, de acordo com Aldamiz-Echevarría et al. (2017), os papéis sociais e estereótipos de género denotados na sociedade contribuem para a contínua discriminação contra as mulheres empreendedoras, nomeadamente, menor oportunidade de emprego e crescimento profissional/carreira, salário inferior aos empregados homens, e não recebem o devido reconhecimento por sua contribuição nos negócios.

## **2.2 Empreendedorismo Feminino em África**

Buttner e Moore (1997) definiram a mulher empreendedora como uma mulher que iniciou um negócio, há um ano ou mais, possui pelo menos 50 por cento da empresa e participa ativamente na gestão. Sharma (2013) complementa esta definição de empreendedora como uma mulher ou um grupo de mulheres que iniciam, organizam e dirigem uma empresa. Já para Fatoki (2014), uma mulher empreendedora é a mulher que possui ou gere uma pequena empresa.

Segundo Kamberidou (2013), as mulheres empresárias contribuem cada vez mais de forma significativa para as economias, devido à sua capacidade de criação de empregos, para si próprias e para outros (Fatoki, 2014). Por isso, dentre muitas razões para a crescente relevância atribuída ao empreendedorismo feminino está o importante papel desempenhado

por mulheres empreendedoras na criação, gestão e desenvolvimento de seus próprios negócios (Acs et al., 2005; Mitchelmore e Rowley, 2013).

Deste modo, o empreendedorismo feminino exerce um importante papel no desenvolvimento económico e na inserção da mulher no mercado de trabalho (Bastian et al., 2021). Por exemplo, Irene (2017) ressalta que a sustentabilidade e crescimento dos negócios das mulheres não são garantidos somente pelo sucesso financeiro, mas também pela complementação de elementos adicionais, tais como fatores empreendedores motivacionais e indicadores não financeiros (Walker e Brown, 2004).

Os fatores empreendedores motivacionais incluem fatores intrínsecos à mulher empreendedora, tais como interesses pessoais, maior independência e autonomia no trabalho, identificação de oportunidades, conquistas e realizações, alcance de metas e objetivos pessoais (Walker e Brown, 2004). Os indicadores não financeiros incluem autonomia financeira, satisfação no trabalho ou capacidade de equilibrar trabalho e responsabilidades familiares (Walker e Brown, 2004).

Neste sentido, a pesquisa sobre empreendedorismo feminino tem vindo a aumentar internacionalmente e com a constatação de que as mulheres desempenham um papel indispensável no crescimento económico e na redução da pobreza em todo o mundo (Sallah e Caesar, 2020).

No estudo de Monteith e Camfield (2019), o relatório do Global Entrepreneurship Monitor<sup>1</sup> (GEM) de 2017, indicou que a atividade empreendedora em estágio inicial e participação feminina nos negócios são mais elevadas em países em desenvolvimento como África, América Latina e Caribe que na Europa e na América do Norte. No entanto, a literatura sobre o empreendedorismo continua predominante em estudos de grandes empresas de homens brancos no Norte Global (Langevang et al., 2015). Alias, os estudos de Irene (2017) enfatizam que, no contexto da África, o empreendedorismo é afetado por fatores, tais como a raça, género e localização.

De acordo com relatórios da GEM de 2019, as atividades empreendedoras, económicas e de gestão das mulheres têm um impacto significativo no crescimento económico dos países. Por outro lado, segundo Crittenden (2019), tem havido um acentuado crescimento em atividades empreendedoras femininas, e estatísticas recentes constataram que as mulheres são impulsionadoras do crescimento económico em muitos países.

De acordo com Ojong et al. (2021), a África apresenta uma das mais elevadas taxas de empreendedorismo do mundo e é o único continente em que as mulheres representam a

maioria dos empreendedores (Work Bank, 2019). Desta forma, as mulheres empreendedoras na África contribuem significativamente para a inovação, geração de empregos, redução da pobreza e o bem-estar doméstico (Shearman, 2020).

Embora a globalização e industrialização tenham proporcionado às mulheres, em todo o mundo, mais oportunidades de iniciar novos negócios em vários setores, o empreendedorismo feminino em África é dominado por pequenas empresas, a maioria informais, e envolve principalmente empresárias de necessidade (que sustentam famílias extensas), devido às suas poucas oportunidades no mercado de trabalho e ao baixo nível de desenvolvimento económico dos países africanos (Welsh, 2013). De facto, o empreendedorismo feminino constitui um componente importante dos meios de subsistência das mulheres em África, e contribuem substancialmente para a parcela do PIB do continente (Monteith e Camfield, 2019).

De acordo com Aparicio et al. (2016), a relação entre desenvolvimento económico e empreendedorismo depende deste fenómeno, uma vez que as motivações subjacentes às iniciativas de empreender podem influenciar o potencial impacto dos negócios, tanto na economia, quanto na sociedade (Amoros et al., 2019). De acordo com Huang et al., (2023), o GEM identifica dois tipos de atividades empreendedoras: empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade (Block & Wagner, 2010).

O empreendedorismo por necessidade é considerado uma forma imediata e amenizadora para reduzir o desemprego e aumentar a atividade empreendedora (Sendra-Pons et al., 2022), já que os empreendedores são motivados pela necessidade de sobrevivência, iniciando um negócio por não terem outras opções de renda (Weber et al., 2023). O empreendedorismo por oportunidade impulsiona o desenvolvimento económico de forma sustentável e a médio/longo prazo (Cervello Royo et al., 2020), visto que os empreendedores têm outras opções de renda, mas iniciam os seus negócios motivados pelo aumento de sua renda (Sautet, 2013). Contudo, mesmo sendo fundamental distinguir esses dois tipos de atividade empreendedora (Block & Wagner, 2010), é importante reconhecer que ambas, independentemente de “quanto” e de “como”, contribuem para a criação de emprego e para o crescimento económico sustentável (Huang et al., 2023).

Na África Subsaariana, o empreendedorismo feminino é adotado como meio de sobrevivência, onde as mulheres buscam alternativas para complementar a renda familiar, suprimindo necessidades básicas como a alimentação, habitação e vestuário (Sallah et al, 2020).

Para Adom et al. (2018), existem evidências na literatura de que as atividades produtivas do empreendedorismo feminino, em África, concentram-se nos setores de serviços e agricultura, sendo um dos motivos o facto das mulheres terem limitado acesso a recursos financeiros, fazendo com que se envolvam em atividades de baixo capital intensivo, ou seja, a opção mais acessível. Além disso, o estereótipo das empreendedoras femininas em África, que estão envolvidas em microempresas, é sustentado por evidências da literatura (Ali, 2018).

De acordo com Trujano e Phiri (2022), o empreendedorismo feminino africano ainda está imerso em uma cultura patriarcal, conservadora e tradicional, onde um significativo número de mulheres empreendedoras é motivado por melhorar as condições de vida de suas famílias. Neste cenário, a busca pela sobrevivência e sustento da família impulsionam mulheres de alguns países africanos a iniciarem negócios informais, como as vendas nas ruas. Estas empresárias enfrentam condições precárias no trabalho, sofrem assédios sexuais e morais, enfrentam situações climáticas adversas, bem como têm problemas com as autoridades locais que as encaminham para a prisão por considerarem os seus negócios ilegais e não pagarem renda e impostos (Manzanera-Ruiz et al, 2022).

Em conformidade com Jalil et al. (2023), mulheres e homens ganenses evidenciam motivos diferentes para o empreendedorismo; enquanto os homens ganenses indicam um motivo de oportunidade, as mulheres ganenses relatam um motivo de necessidade, iniciando um negócio por ser importante para a sua sobrevivência e tendem a escolher o setor de serviços pela falta de capital inicial e *know-how* de fabricação.

De acordo com Poggesi et al. (2016), o empreendedorismo de oportunidade é maior nos países com economia mais desenvolvida, enquanto que o empreendedorismo por necessidade é maior em países com economia menos desenvolvida. Complementarmente, para Naguib (2024), quanto mais pobre o país, maior o número de negócios de mulheres motivados pela necessidade.

No empreendedorismo por oportunidade, as mulheres são motivadas a iniciarem um negócio quando conseguem encaixar a sua intenção de empreender às oportunidades e restrições inerentes ao ambiente em que estão inseridas. (Ali, 2018). Em Marrocos, o empreendedorismo feminino, apesar de ser um país de baixa renda, é mais motivado pela oportunidade do que pela necessidade, visto que as mulheres marroquinas parecem aproveitar a oportunidade de empreender como garantia de gerir seu próprio emprego, visando aumentar a sua renda ou procurando melhorar a sua situação de independência (Naguib, 2024).

Em Uganda, seja por oportunidade ou necessidade, as iniciativas empreendedoras das mulheres estão baseadas em valores sócio-culturais, sendo que sua coragem e motivação superam as restrições estruturais que elas historicamente têm vindo enfrentar. Negócios de rua, restaurantes, lojas a retalho, mercados, agriculturas foram atividades iniciadas a partir das poucas oportunidades em que tiveram acesso; estas perspectivas únicas e as experiências vividas pelas mulheres empresárias ugandenses configuram a trajetória do empreendedorismo feminino no país (Vieitez-Cerdeño et al., 2023).

Reid et al. (2015) ressaltam a importância de se compreender o empreendedorismo das mulheres africanas sob perspectivas de suas próprias experiências vividas, o que postula o reconhecimento das condições sociais e culturais que moldam a trajetória do empreendedorismo feminino africano.

## **2.3 Barreiras e Desafios para o Empreendedorismo Feminino em África**

As mulheres empreendedoras africanas enfrentam restrições específicas, tanto na economia quanto na sociedade, que prejudicam sua capacidade de atuar como empreendedoras bem-sucedidas (Iodice e Yourougou, 2016). Dentre essas restrições estão: capital inadequado para abertura e operações de negócios, pressão para equilibrar as atividades familiares e comerciais, treinamentos e serviços de apoio inadequados ou insuficientes, infraestrutura precária, falta de matérias-primas, habilidades gerenciais deficientes, dificuldades no acesso à propriedade, especialmente à terra devido ao status inferior das mulheres na sociedade, falta de acesso a insumos tecnológicos e serviços extensivos (e.g., Adom et al., 2018; Campos et al., 2025).

Além das dificuldades comuns ao empreendedorismo, as mulheres empreendedoras enfrentam ainda barreiras específicas, tais como: atitudes sócio-culturais negativas, predominante discriminação e preconceito de gênero, escassez de crédito e acesso limitado ao financiamento, insuficientes treinamentos, pouco nível de educação ou baixa escolaridade, falta de apoio, dificuldades pessoais e equilíbrio entre a vida familiar e os negócios (Phillips et al., 2014; Ngoasong e Kimbu, 2019).

De acordo com Bastian et al. (2021), a literatura revela que praticamente em toda África, o empreendedorismo feminino é confrontado com semelhantes conjunturas culturais de gênero que afetam negativamente as habilidades das mulheres para constituir e desenvolver

um negócio. Alguns desses obstáculos são atribuíveis à: a) complexidade de uma pequena empresa em si (Chirwa, 2008); b) conjunturas de género enfrentados por mulheres, impostos pela cultura (Ali, 2018), sendo que os papéis culturalmente impostos às mulheres configuram-se como barreiras restritivas para o sucesso dos negócios femininos (Calas et al., 2009).

Os estudos de Welsh (2013) revelaram vários obstáculos impostos às mulheres na África Subsaariana que desejavam iniciar seus próprios negócios. Tatava-se de barreiras externas como questões sócio-culturais (atitudes, normas e comportamentos), econômicas (ambientes de mercado desfavoráveis e encargos adicionais para mulheres), políticas (sistemas institucionais desfavoráveis), legais (sistemas normativos e condições negativas no ambiente regulatório local) e tecnológicas. Contudo, apesar das empreendedoras na África serem particularmente desfavorecidas (Adom, 2018) e de tantos obstáculos por elas enfrentados, o empreendedorismo feminino africano sobrevive devido à resiliência e adaptabilidade das empresárias, que transmutam a estrutura de seus seus negócios consoante às oportunidades de oferta e procura que surgem (Monteith e Camfield, 2019).

Na tabela 1 constam as barreiras e desafios sobre o empreendedorismo feminino em África, categorizadas em fatores externos e intrínsecos, que foram identificados a partir da literatura.

**Tabela 1 – Principais barreiras e desafios para o empreendedorismo feminino em África**

<b>Barreiras e Obstáculos</b>	<b>Autores</b>
<b>Fatores Externos</b>	
Fatores político-económicos	Hendricks (2003); Kuada (2009); Amine e Staub (2009); Hallward-Driemeier (2013); Welsh et.al (2013); Phillips et al. (2014); Iodice e Yourougou (2016); Monteith e Camfield (2019); Adom et al. (2018); Sallah et al. (2020); Steel (2021); Berguiga e Adair (2021); Trujano e Phiri (2022); Manzanera-Ruiz et al. (2022); Berguida e Adair (2022).
Fatores sócio-culturais	Hendricks (2003); Kakande (2007); Chirwa (2008); Amine e Staub (2009); Calas et al. (2009); Phillips et al. (2014); Reid et al (2015); Monteith e Giesbert (2016); Iodice e Yourougou (2016); Blau e Khan (2017); Ali (2018); Monteith e Camfield (2019); Sallah et al. (2020); Bastian et al. (2021).
Dinâmica familiar	Jack, S. L., & Anderson, A. R. (1999); Hendricks (2003); Danes et al. (2007); Kakande (2007); Jennings e McDougald (2007); Barret e Moraes (2010); Belwall et al. (2012); Imbaya B.H. (2012); Lussier e Sonfield (2012); Sonfield e Lussier (2012); Phillips et al. (2014); Welsh et al. (2014); Welsh et al. (2016); Neneh (2017); Adom et al. (2018); Monteith e Camfield (2019); Franco e Piceti (2020); Bastian et al. (2021); Soost et al. (2021); Welsh et al (2021); Liao et al. (2022); Nguyen et al. (2022); Franco et al. (2023); Danes et al. (2025).
<b>Fatores Intrínsecos</b>	

Competências Empreendedoras	Johnson e Powell (1994); Amine e Stabut (2009); Langowitz e Minniti (2007); Block e Bagner (2010); James (2012); Hallward-Driemeier e Hasan (2013); Mitchelmore e Rowley (2013); Fatoki (2014); Sharma e Madan (2014); Adom e Yeboa (2016); Irene (2017); Zulfqar, A. (2017); Ali (2018); Phong et al. (2020); Monteith e Camfield (2019); Sallah e Caesar (2020); Amamlia e Vankorflesh (2021); Ramadani et al. (2022); Jalil et al. (2023); Vieitez-Cerdeño et al. (2023).
Formação Académica e Experiência Profissional	Buttner e Moore (1997); Davidsson e Honig (2003); Chirwa (2008); Fatoki (2014); Rametse e Huq (2015); Adom e Asare-Yeboa (2016) Mari et al. (2016); Buana et al. (2017); Carradus (2017); Henley et al. (2017); Mehtap et al. (2017); Shah e Soomro (2017); Crittenden et al. (2019); Digan et al. (2019); Mehtap et al. (2019); Neumeyer et al. (2019); Saunders et al. (2019); Shah et al. (2020); Sallah et al. (2020); Ratten e Jones (2021); Manzanera-Ruiz et al. (2022); Farhan e Kamarulzaman (2023).

**Fonte:** Elaboração própria.

### 2.3.1 Fatores Externos

As barreiras externas comumente imposta ao empreendedorismo relacionadas com a economia, sociedade e política tendem a afetar os negócios de homens e mulheres de forma diferente (e.g., Sharma e Madan 2014; Bastian et al., 2021), sendo as mulheres as mais afetadas, o que dificulta a sua capacidade de formalizar, expandir e aumentar a produtividade de seus negócios e de gerar empregos (e.g., Monteith e Camfield, 2019; Trujano e Phiri, 2022). As mulheres empreendedoras africanas enfrentam ainda restrições específicas, que prejudicam a sua capacidade de atuar como empreendedoras bem-sucedidas (Iodice e Yourougou, 2016) e, em muitos países africanos, estão vinculadas à questões legais, institucionais e culturais, o que impacta negativamente no avanço do empreendedorismo feminino em África (e.g., Adom et al., 2018; Berguida e Adair, 2022).

#### 2.3.1.1 Fatores Político-Económicos

Segundo Fernandez (2025), um obstáculo constante no desempenho do empreendedorismo feminino em todo os países, mas com ênfase nos países africanos, é o limitado acesso e controlo sobre recursos financeiros, tanto para iniciar e estabelecer, quanto para consolidar e expandir os negócios femininos (Sallah et al. 2020; Fernandez, 2025). Para Lakwo (2006), esta situação deve-se ao desnecessário excesso de receio e precaução dos credores por duvidarem da capacidade, compromisso e competências técnicas das mulheres empresárias para liderar e reunir recursos para seus negócios.

Em Kampala na Uganda, o empreendedorismo feminino está refletido em negócios de micro e pequeno porte, com poucos funcionários, vendas brutas mais baixas e escasso acesso ao capital, em comparação aos negócios masculinos (Monteith e Camfield, 2019). Aquelas empreendedoras encontram-se predominante no setor informal específico de pequena escala,

tais como cabeleireiro e alfaiataria (Monteith e Camfield, 2019). Em países da África Ocidental, como Mali, a maioria da força de trabalho no setor informal não-agrícola é também constituída por mulheres (Iodice e Yourougou, 2016).

Na África do Sul, as empreendedoras ainda são particularmente desfavorecidas, pois não possuem propriedade que poderiam usar como garantia em empréstimos, além de precisarem da permissão dos maridos para transações comerciais e financeiras (Phillips et al., 2014). Além disso, na África Subsariana, a probabilidade das mulheres serem reconhecidas como proprietárias de empresas é muito inferior do que os homens (Giesbert, 2016) e estão mais propensas a enfrentar barreiras adicionais impostas por fontes formais de acesso ao crédito (Monteith e Camfield, 2019).

Na África do Sul, o empreendedorismo jovem e feminino (Fatoki, 2014) é uma tática eficaz para melhorar a baixa taxa de criação de empresas, uma vez que o índice de desemprego dos jovens sul-africanos, entre os 15 e os 24, é superior a 50% (Global Risk, 2014), efetivando-se, assim, o empreendedorismo como uma das soluções para o desemprego e a pobreza (Sharma e Madan 2014). Ainda na África Subsariana, o estudo de Monteith e Camfield (2019) enfatizou dois relevantes obstáculos ao sucesso do empreendedorismo feminino: a) as mulheres possuem barreiras econômicas adicionais de acesso ao crédito por meio de fontes formais (Chirwa, 2008; Kuada, 2009), sendo que como alternativa, adquirem recursos através de suas relações sociais (Kuada, 2009); e b) as mulheres são menos reconhecidas como empresárias do que os homens (Monteith e Giesbert, 2016; Iodice e Yourougou, 2016).

De acordo com o GEM, em 2019, Ghana é a única economia com mais mulheres do que homens no empreendedorismo (Ali, 2018). Contudo, as mulheres atuam predominantemente no setor informal e não estão isentas dos desafios enfrentados, por serem mulheres, que exercem atividade econômica noutros países da África.

Estudos realizados sobre mulheres empresárias na África (e.g., Amine e Staub, 2009; Aterido et al., 2011) destacaram vários problemas específicos no comércio e noutros tipos de atividade que incluem: a falta de acesso ao capital, falta de garantias e falta de acesso aos mercados (Hallward-Driemeier, 2013). Em países africanos como Etiópia, Ghana, Mali, Nigéria e Uganda, as fracas condições econômicas, infraestruturas precárias, desigualdade de gênero, religião e tradição local dificultam a situação das mulheres empreendedoras (Adom et al., 2018).

Segundo Berguida e Adair (2022), a disparidade de gênero contra as empresárias mulheres, referente ao acesso ao financiamento no Norte da África, em 2017, foi constatada como a

maior em todo o mundo. Em Uganda, o escasso acesso ao capital em comparação aos negócios masculinos (Monteith e Camfield, 2019) é também um aspecto identificado. No Quênia, Tanzânia e Uganda, o acesso a serviços de microfinanças proporcionou uma considerável redução na vulnerabilidade dos negócios femininos devido a melhor gestão do risco (Welsh, 2013).

### **2.3.1.2 Fatores Sócio-Culturais**

Segundo Iodice e Yourougou (2016), os estudos de gênero nos negócios reconhecem que o desempenho do empreendedorismo feminino e o sucesso das empreendedoras não dependem apenas de suas habilidades, mas também está intensamente relacionado à presença ou ausência de restrições culturais contra as mulheres (Chitsike, 2000; Bird e Brush, 2002). No contexto africano, há uma orientação cultural de que o empreendedorismo está normalmente articulado ao estereótipo masculino tradicional (Sallah et al., 2020).

*“Embora os países africanos tenham muito em comum em termos de idioma, religião e origens compartilhadas, existem variações políticas e sócio-culturais significativas em toda a região. Considerar essa diferença social e cultural proporciona uma maior compreensão dos processos de desenvolvimento do empreendedorismo feminino, além de contribuir para debates mais amplos sobre os direitos e o empoderamento das mulheres empreendedoras na região” (Bastian et al., 2021).*

Do ponto de vista estrutural de gênero, as mulheres empreendedoras africanas estão em desvantagem em relação aos homens, devido às barreiras estruturais impostas, tais como carga desproporcional de responsabilidades domésticas, baixo nível de escolaridade, restrito acesso a financiamentos, entre outros fatores (Iodice e Yourougou, 2016; Sallah et al. 2020; Fernande, 2025). Por exemplo, em Uganda, o empreendedorismo feminino é prejudicado por papéis culturais e a discriminação de gênero tem uma longa história na região.

Já em muitos países da África Subsaariana<sup>1</sup>, as mulheres enfrentam desigualdades estruturais persistentes (Kakande, 2007; Monteith e Camfield, 2019; Sallah et al. 2020), tais como casamento precoce, alta taxa de fertilidade, exagerada responsabilidades domésticas e limitados direitos a propriedade, sendo que estes configuram-se como um consistente obstáculo para terem acesso ao crédito ou ao capital, uma vez que a propriedade serve como garantia para empréstimos (Iodice e Yourougou, 2016).

---

<sup>1</sup> África Subsaariana é o termo político-geográfico aplicado para descrever os países do continente africano localizados na região ao sul do deserto do Saara.

Os estudos empíricos de Trujano e Phiri (2022), de uma pesquisa realizada em toda a África Subsariana, descobriram que os preconceitos dos investidores são orientados por estereótipos de gênero e agravados pela cultura dos diferentes países africanos, afetando diretamente a quantidade de capital atribuído aos empresários homens versus empresárias mulheres.

De acordo com Grant e Hallman (2006; 2008), as mulheres jovens na África do Sul enfrentam desafios e dificuldades específicas relacionadas a uma sociedade patriarcal, como maior taxa de desemprego do que os homens, uma vez que tendem a ter menos oportunidades profissionais (Shisana et al. 2010).

Nos países do MENA<sup>2</sup>, o empreendedorismo feminino está enraizado numa cultura patriarcal tradicional (Blau e Khan 2017), sendo que a motivação principal das mulheres para o empreendedorismo é a necessidade de melhorar a qualidade de vida de suas famílias (Bastian et al., 2021). Em países como Etiópia, Tanzânia e Zâmbia, a maioria das empreendedoras iniciaram seu negócio como uma opção “sem escolha” para escapar da pobreza (Ali, 2018).

As mulheres que praticam vendas de produtos nas ruas e mercados públicos de Cartum, no Sudão, são geralmente criticadas por estarem longe de casa, pois supostamente teriam menos tempo para se dedicarem à casa e aos filhos, comprometendo assim, sua reputação como “muçulmanas heterossexuais”, “mães responsáveis” e “boas donas de casa” (Steel, 2021). Adicionalmente, em Ghana as empreendedoras devem atender continuamente a expectativas sociais para serem aceitas na sua sociedade (Adom et al., 2018). Estas barreiras afetam as oportunidades de serem empresárias de sucesso.

No Zimbábue, a forma como as empreendedoras são vistas é influenciada pelas barreiras culturais locais e outras práticas tradicionais, especialmente nas áreas rurais, onde as mulheres que ganham dinheiro têm a imagem associada à imoralidade (Iodice e Yourougou, 2016). No Mali, o sucesso das mulheres nos mercados informais é prejudicado pela falta de bens ou propriedade e pela necessidade da autorização dos maridos para viajar (Iodice e Yourougou, 2016).

Por outro lado, no Sudão, mulheres empresárias online da cidade de Cartum tendem a iniciar seus negócios através da mediação digital<sup>3</sup>, tornando-se importantes agentes de mudança num ambiente onde as normas convencionais de restrições de gênero, as políticas

---

<sup>2</sup> MENA refere-se a um agrupamento de países situados no Médio Oriente e em torno dele e do Norte de África.

<sup>3</sup> Steel (2021) define mediação digital como “uma comunicação mediada através de dispositivos digitais, como computadores em rede e smartphones”.

econômicas e sanções do país, tendem, frequentemente, a excluir mulheres sudaneses da economia mundial (Steel, 2021). Desse modo, as práticas ascendentes do comércio eletrônico geram novas oportunidades sócio-econômicas para mulheres sudaneses urbanas que se tornam exemplos para outras mulheres em África (Steel, 2021). Refere-se aqui que mulheres empresárias online são mulheres sudanesas urbanas instruídas ou que estudaram em universidades de prestígio do país e vivem em Cartum (algumas não tinham experiência profissional e outras tiveram que abandonar seus empregos assalariados quando casaram, engravidaram ou deram à luz ao primeiro filho), começaram a experimentar possibilidades de compra e venda pela internet, através das redes sociais, desenvolvendo comunidades digitais para comercialização de bens de consumo femininos típicos, incluindo cosméticos, vestuário, acessórios de moda e perfumes (Steel, 2021).

### ***2.3.1.3 Dinâmica Familiar***

Segundo Welter (2020), as sociedades em todo o globo atribuem às mulheres, de forma implícita ou explícita, papéis concernentes à casa e à família, sendo assim, tradicionalmente responsáveis por questões domésticas e pelos cuidados para com a família. Desta forma, este discurso de papéis sociais também intervém negativamente sobre as políticas de apoio ao empreendedorismo feminino (Welter, 2020). Aliás, de acordo com Hughes et al. (2012) e Franco et al. (2023), esteriótipos de género interferem negativamente no empreendedorismo feminino, devido às suas particularidades, tais como contextos de preconceito, dinâmica familiar ou questões trabalho-família .

As estatísticas indicam que mais da metade das mulheres empresárias está envolvida conjuntamente na administração de seus próprios negócios e em atividades domésticas, ou em como cuidar de suas famílias (Soost e Moog, 2019; Franco e Piceti, 2020). Entre elas, cerca da metade tornou-se empreendedora a tempo parcial, devido às responsabilidades familiares, enquanto que apenas uma proporção reduzida de homens empresários que trabalham a tempo parcial assume obrigações semelhantes (Franco e Piceti, 2020).

Tendencialmente, o apoio da família impacta positivamente no desempenho das mulheres empreendedoras (Mari et al., 2016), enquanto a falta de apoio pode ter efeitos negativos (Powell e Eddleston, 2013). Por isso, as mulheres empreendedoras, em comparação com os empreendedores homens, exprimem menor investimento nas suas carreiras profissionais ou nos seus negócios, com o intuito de reduzir expectáveis conflitos trabalho-família (Franco et al., 2023).

Uma das maiores barreiras estruturais enfrentadas por mulheres empreendedoras está relacionada com o tempo dedicado ao negócio, quando as empresárias não podem trabalhar devido suas responsabilidades familiares ou à licença de maternidade (Franco e Piceti, 2020). Assim, muitas vezes, as empresárias precisam encontrar um equilíbrio delicado entre as responsabilidades familiares e empresariais para garantir a sobrevivência de seus negócios (Sallah et al., 2020).

Em Uganda, para muitas jovens mulheres, a trajetória no empreendedorismo começa e termina com a família, uma vez que sua entrada na economia urbana geralmente é negociada por intermédio de mães e tias, que se tornam as principais beneficiárias de suas atividades empreendedoras. Assim, em vez de alcançarem uma independência financeira, essas jovens adquirem uma certa dependência produtiva, onde as mulheres da família podem acumular e redistribuir recursos para a restante da família alargada, incluindo a educação dos filhos de parentes e o cuidado com os mais velhos (Monteith e Camfield, 2019).

Em muitas sociedades africanas, espera-se que empreendedoras femininas expressem menos intenção de expandir seus negócios, uma vez que essa expansão poderia interferir no convívio familiar (Ali, 2018). Em Uganda, por exemplo, o empreendedorismo não é visto com bons olhos, pois a importância primordial da mulher é a sua fertilidade e maternidade, seguidamente à sua capacidade de produzir e obter alimentos (Iodice e Yourougou, 2016).

De acordo com Welsh (2013), o apoio familiar é percebido como um valioso recurso intangível para as empresárias sudanesas na gestão de seus negócios. Com esse apoio, tornam-se mais fácil para elas lidarem tanto com barreiras externas como obtenção de recursos financeiro e humano para gerir e expandir seus negócios, bem como barreiras internas, tais como problemas pessoais ou habilidade limitada de gestão (Chang et al., 2009).

Estudos anteriores indicaram ainda que a pressão social e a falta de apoio familiar estão associadas a um menor grau de auto-confiança nas suas capacidades empreendedoras e ao medo do fracasso, diminuindo a intenção motivacional das mulheres para o empreendedorismo (Mehtap et al., 2017; Welsh et al. al., 2021).

### **2.3.2 Fatores Intrínsecos**

Estudos recentes têm avaliado também a contribuição das variáveis comportamentais e psicológicas, o conhecimento formal ou científico e as experiências profissionais no empreendedorismo (Martin et al., 2013), bem como o papel moderador das variáveis demográficas na intenção de empreender (Liao et al., 2022). Por conseguinte, Liao et al.

(2022) revelaram que fatores internos aos indivíduos, tais como o conhecimento empreendedor, atitude pessoal e autoeficácia influenciam na decisão de criar novos negócios; assim como as características demográficas (gênero, idade e nível de escolaridade) moderam significativamente a intenção empreendedora.

Os resultados empíricos de Liao et al. (2022) indicaram que: a) as mulheres tendem a adotar menos comportamentos empreendedores do que os homens; b) indivíduos mais velhos com atitudes positivas têm maior propensão para iniciar negócios do que os jovens; e c) indivíduos com maior nível de escolaridade tendem a voltar-se menos ao empreendedorismo.

### **2.3.2.1 Competências Empreendedoras**

Segundo Irene (2017), as variáveis externas podem apresentar desvantagens para o empreendedorismo feminino, logo é fundamental focar nas variáveis internas das empresárias, tais como as suas competências, habilidades empreendedoras e características pessoais para uma compreensão mais abrangente e aprofundada sobre o sucesso dos negócios das mulheres.

Jack e Anderson (1999) caracterizaram as competências empreendedoras como as habilidades e atitudes esperadas dos empreendedores. Indivíduos que desenvolvem competências empreendedoras reconhecem oportunidades e elaboram planos de negócios, desenvolvendo atitudes empreendedoras mais positivas (Buana et al., 2017; Liao et al., 2022). Segundo Powell (2018), devido ao facto de possuírem determinadas características psicológicas, tais como a sensibilidade às necessidades dos outros e respeito pelos membros da família, as mulheres são mais adequadas para papéis de solucionador de conflitos, além de exibirem comportamentos como a lealdade à empresa (Franco et al., 2023).

Vários estudos destacam comportamentos marcantes que delineiam competências das mulheres empreendedoras, tais como habilidades de reter capital psicológico e social (Digan et al., 2019; Neumeyer et al., 2019), para aumentar a probabilidade de iniciarem seus negócios (Jalil et al., 2023). Aliás, o comportamento empreendedor pode ser inferido a partir de antecedentes, tais como características demográficas, traços de personalidade, ou impulsionados por determinadas situações ou circunstâncias específicas (Liao et al., 2022). Assim, variáveis motivacionais que afetam a intenção empreendedora, indicam a dificuldade que os indivíduos estão dispostos a enfrentar e qual o esforço que estão dispostos a exercer no desempenho, enquanto empreendedores (Liao et al., 2022).

A autoeficácia retrata ações e comportamentos automotivados para enfrentar desafios por si mesmo, ou seja, é a confiança do indivíduo na sua própria capacidade para realizar uma ação

(Liao et al., 2022). No contexto do empreendedorismo, a confiança de um indivíduo na sua capacidade para se tornar um empreendedor, potencializa suas motivações e torna-os capazes de mobilizar recursos e planos de ação específicos, necessários para ter sucesso na criação de um negócio (Dissanayake, 2013).

As opiniões de familiares e amigos podem também apoiar ou dificultar o potencial comportamento empreendedor das mulheres (Phong et al., 2020). No caso das empreendedoras africanas, a percepção de sua capacidade por seus laços familiares e sociais torna-se mais potente do que a atitude pessoal e intenção empreendedora (Liao et al., 2022).

A inclinação para assumir riscos é considerada, por Farrukh et al. (2018), como uma importante característica da personalidade empreendedora. A disposição para assumir riscos motiva os indivíduos a terem mais confiança nos seus talentos para enfrentar obstáculos e completar tarefas de forma eficaz (Ndofrepi, 2020; Sun et al., 2020).

Pesquisas anteriores (e.g., Henley et al., 2017; Shah et al., 2017; Phong et al., 2020) estabeleceram que a atitude pessoal em relação ao empreendedorismo é o fator interno mais influente na decisão de criar e manter um negócio próprio. A atitude pessoal é o principal motivador para a conquista ou decepção de uma pessoa em superar os obstáculos quando confrontada por imprevisíveis eventos na vida (Lee-Ross, 2017 ; Sullivan e Meek, 2012). O termo “atitude empreendedora” refere-se aqui ao grau pelo qual um indivíduo se sente atraído ou motivado para se tornar empreendedor e acredita que isso o levará a um resultado favorável (Phong et al., 2020; Shah et al., 2020). A atitude pessoal também pode ser influenciada pela percepção sobre os incentivos e benefícios que tornam o empreendedorismo atraente, assim como os seus componentes menos interessantes (Miralles et al., 2016; Liao et al., 2022). Assim, num período de crise, presume-se que os indivíduos com atitude pessoal positiva estejam mais predispostos a prosseguirem com projetos empreendedores do que os indivíduos com atitudes pessoais negativas (Kautonen et al., 2013; Munir et al., 2019).

De acordo com Ramadani et al. (2022), a educação e formação empreendedora potencializa a produção de conhecimento, impulsionando também o avanço social e o desenvolvimento económico e sustentável. Para Amalia e Von Korfflesch (2021), formações e treinamentos nos negócios promove o desenvolvimento de habilidades e competências empreendedoras, contribuindo para a aptidão dos indivíduos em reconhecer e gerar oportunidades (Ratten e Jones, 2021). Para Huang et al. (2023), as competências empreendedoras e experiências práticas, empresariais ou de trabalhos anteriores, permitem que os indivíduos identifiquem

potenciais possibilidades viáveis financeiramente e, simultaneamente, melhorar sua capacidade de perceber, avaliar e capitalizar oportunidades dentro dos diversos setores.

Em Ghana, assim como noutros países da África Subsaariana, as empresárias estão fazendo a transição de pequenos comércios ligados à agricultura e manutenção da casa, para administrar negócios mais sofisticados, tais como restauração, turismo, além de outros serviços e indústrias (Adom et al., 2018; Ali, 2018; Sallah et al., 2020).

As mulheres empreendedoras em zonas urbanas de Gana enfrentam os seus desafios e empregam estratégias disponíveis e práticas como trocar frequentemente as mercadorias e serviços que vendem, de acordo com a prossecução de oferta e procura (Monteith e Camfield, 2019). Assim, estas mulheres utilizam seus laços familiares e relações sociais para aumentar suas oportunidades, aumentar sua rede de contatos e clientes e conseguir recursos (Langevang et al., 2015).

Hendricks (2003) identificou o ambiente regulatório, oportunidades e sistemas educacionais, fatores culturais, visões e percepções da sociedade, treinamento gerencial e responsabilidades familiares, como os cinco desafios mais relevantes que as mulheres empresárias enfrentam na África do Sul (Phillips et al., 2014). Por exemplo, mulheres empreendedoras do setor informal de Kampala, Uganda, por meio de suas experiências e histórias de vida, desenvolvem habilidades, relações comerciais, obtém recursos para estabelecer e desenvolver seus negócios (Monteith e Camfield, 2019).

Na África Subsariana, as mulheres enfrentam barreiras adicionais como ter pouco acesso ao crédito de fontes formais por serem menos reconhecidas como proprietárias de empresas do que os homens; por isso, utilizam-se de suas habilidades pessoais cultivando relações sociais que possibilitem subsidiar recursos adicionais (Monteith e Camfield, 2019).

Segundo Irene (2017), a educação formal e cursos profissionalizantes desempenham um papel importante no sucesso das mulheres empresárias na África do Sul, pois potencializam suas competências empreendedoras, o que contribui substancialmente para o crescimento de seus negócios.

De acordo Gangi (2017), a investigação tem enfatizado o relevante papel da educação para o empreendedorismo, uma vez que é importante para o desenvolvimento do conhecimento, das atitudes e das competências associadas às práticas empreendedoras. Khan et al. (2019) acrescentam que indivíduos que detêm conhecimentos, atitudes e competências empreendedoras, conseguem reconhecer e aproveitar oportunidades de negócio e criar planos de negócios que as explorem. Para Buana et al. (2017), a obtenção de conhecimento

potencializa substancialmente a capacidade de enfrentar quaisquer obstáculos que venham a ocorrer durante o processo de empreendedorismo. De acordo com Fiet (2000), a experiência e as competências adquiridas num programa de empreendedorismo, por exemplo, aprimora a percepção dos empreendedores de como maximizar suas possibilidades de iniciar um negócio com sucesso.

A literatura (e.g., Zulfqar et al., 2017; Liao et al., 2022) apoia o argumento de que os indivíduos que desenvolveram competências empreendedoras, através de suas experiências profissionais anteriores ou da escolaridade, apresentam atitudes, intenções e motivações empreendedoras mais fortes. Segundo alguns anteriores (Khan et al., 2019; Liao et al., 2022), quanto maior o nível de escolaridade menor a intenção de iniciar um empreendimento, sendo que os indivíduos com formação superior parecem ter menor pretensão em empreender.

A pesquisa de Zhang et al. (2025) identificou que os diplomados e os licenciados estão mais entusiasmados para iniciar um negócio próprio, sendo que estudantes de graduação que contam com o incentivo familiar e de outras pessoas influentes na sua vida, tendem a apresentar uma maior pretensão de iniciar um negócio (Zhang et al., 2025). Todavia, os pós-graduados consideram as ponderações cautelosas de empreender, tais como os elevados custos de oportunidade, e o longo período de tempo necessário para alcançar um rendimento estável.

No Sudão do Norte, a maioria das mulheres empresárias tem entre 20 e 49 anos de idade, é casada e tem entre quatro a cinco filhos; a maioria tem pelo menos o ensino médio completo, porém, 90% não possui conhecimentos de informática; seus negócios são principalmente salões de beleza, artesanato e alimentos, sendo que menos de 5% destes localizavam-se em edifícios fora de casa ou em centros comerciais. Dentre os principais desafios externos dessas empreendedoras estão a ausência de apoio governamental e a dificuldade na obtenção de financiamento, enquanto que nos desafios internos constam a falta de formação e o equilíbrio entre as responsabilidades familiares e empresariais (Welsh, 2013).

Para Jalil et al. (2023), as mulheres ganenses possuem baixos níveis de escolaridade, e cerca de apenas menos dois por cento delas, detém diploma pós-secundário. Em Uganda, o empreendedorismo feminino é constituído por mulheres empresárias que possuem menor qualificação; menor capital humano, social e financeiro; são predominantemente microempresas dos setores de comércio e serviços (comércio de retalho, alimentos e bebidas, têxtil e olaria); e, empregam entre uma e quatro pessoas (GEM, 2019; Manzanera-Ruiz et al., 2022).

## Capítulo 3

# Metodologia da Investigação

Neste capítulo, para identificar e compreender as principais barreiras e desafios que podem afetar o empreendedorismo feminino em África – no contexto de Moçambique, é apresentada a metodologia adotada. Começa-se por detalhar o contexto, a abordagem escolhida, a seleção da amostra, bem como os instrumentos de recolha, análise e tratamento dos dados.

### 3.1 Contexto do Estudo: Caracterização Geral de Moçambique

Moçambique é um país localizado no sudeste do litoral da África, na região chamada de África Subsaariana<sup>4</sup>, possuindo uma extensão territorial de 801.590 quilômetros quadrados e possui a Cidade de Maputo como sua capital. O país está dividido em 11 províncias, nomeadamente Niassa, Cabo Delgado, Nampula, Zambézia, Tete, Manica, Sofala, Inhambane, Gaza, Maputo-Província e Maputo-Cidade.

A geografia de Moçambique é tipicamente marcada por um clima e vegetação tropicais de fuso horário UTC+2 e aquela é muito rica em recursos naturais, especialmente, gás natural, carvão, minerais (titânio, grafite, ...), madeiras e produtos piscatórios e energia hidroeléctrica.

Relativamente à demografia moçambicana<sup>6</sup>, de acordo com o Censo de 2019, a população total de Moçambique era de 27.909.798 habitantes, destes 13.348.446 (cerca de 48%) são do sexo masculino e 14.561.352 (cerca de 52%) são do sexo feminino, indicando que a população moçambicana é constituída, maioritariamente, por mulheres. Cerca de dois terços da sua população vive e trabalha em áreas rurais.

Moçambique foi colonizado pelos portugueses e obteve a sua independência somente em 25 de junho de 1975. Seu idioma oficial é o Português, havendo também outras línguas nacionais (dialetos), nomeadamente: cicopi, cinyanja, cinyungwe, cisenga, cishona, ciyao, echuwabo, ekoti, elomwe, gitonga, maconde (ou shimakonde), kimwani, macua (ou emakhuwa), memane, suaíli (ou kiswahili), suazi (ou swazi), xichanga, xironga, xitswa e zulu.

---

<sup>4</sup> África Subsaariana é o termo político-geográfico usado para descrever os países do continente africano localizados na região sul do Deserto do Saara. É constituída por 48 países, cujas fronteiras resultaram da descolonização, sendo uma das regiões mais pobres do mundo com altos índices de mortalidade infantil, analfabetismo e baixa expectativa de vida. (consultado no [https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%81frica\\_subsaariana](https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%81frica_subsaariana) em 19/04/2024).

Quanto à sua política<sup>7</sup>, Moçambique é uma república presidencialista multipartidária com um sistema de governo descentralizado composto por várias instituições e órgãos que desempenham funções específicas dentro da administração do país. Moçambique é considerado um país democrático, pois a Constituição da República consagra, entre outros, o “princípio da liberdade de associação e organização política dos cidadãos, o princípio da separação dos poderes legislativo, executivo e judiciário, e a realização de eleições livres”.

Esta nação, considerada pouco desenvolvida e pouco industrializada, tem sua economia<sup>8</sup> baseada no setor primário - agricultura e recursos naturais, com o setor de serviços em ascensão; sua moeda é o metical moçambicano. Nos últimos anos, o país tem experimentado um crescimento económico, impulsionado principalmente pelo setor de recursos naturais, como gás natural, carvão e minerais, cujas principais exportações são de produtos como camarões, algodão, caju, açúcar e chá. Em 2022, Moçambique apresentou um Produto Interno Bruto (PIB)<sup>9</sup> anual de 18.178 M€ e PIB *per capita* de 567 €. A inflação atingiu o máximo de 9,8%, em 2022 e moderou-se para 7,1%, em 2023, consoante diminuição dos preços globais das matérias-primas.

No que se refere ao contexto social<sup>10</sup>, barreiras como a instabilidade política, desigualdade social e infraestrutura limitada têm afetado a população local que possui um baixo índice de desenvolvimento humano, além de um elevado nível de pobreza e desigualdade social. Por exemplo, a taxa de pobreza nacional cresceu de 48,4% para 62,8% entre 2014/15 e 2019/20, ou seja, o número de pessoas pobres subiu de 13,1 para 18,9 milhões; conseqüentemente, houve um aumento desproporcional da pobreza em todo o país, principalmente nas áreas urbanas, refletindo, entre outros factores, o impacto da pandemia global do Covid 19 na população em geral.

Os serviços básicos<sup>11</sup> de saúde e educação são prestados de forma desigual em todo o país, gerando desigualdades regionais, com recursos e procedimentos limitados para auxiliar e cuidar dos mais vulneráveis, potencializando a instabilidade e violência. Além disso, o mercado de trabalho<sup>12</sup> enfrenta inúmeras restrições como falta de qualificação profissional em diversas áreas. Apesar das áreas de agricultura, turismo, recursos naturais e indústria de energia, que estão em expansão no país, expressarem potencial para gerar empregos, a insuficiência de boa formação e níveis de escolaridades, a baixa oferta e oportunidade e a preferência por contratações baseadas em conexões pessoais, dificultam a entrada de novos talentos nas empresas e agravam a debilidade no mercado de trabalho.

No que diz respeito às Empresas<sup>13</sup> e ao Empreendedorismo<sup>14</sup>, Moçambique tem contribuído para o desenvolvimento económico do país, por meio da criação de empregos, impulsionando

a economia e a sociedade, bem como com um aumento significativo no número de empresários e startups e PME, que atuam em diversos setores, com maior destaque para agricultura, comércio, serviços e indústria. Todavia, apesar das oportunidades, os empreendedores enfrentam desafios significativos no país, dentre eles: a burocracia, acesso a financiamento limitado, falta de infraestrutura adequada, concorrência desleal.

Relativamente ao empreendedorismo feminino em Moçambique<sup>15</sup>, cerca de 60% das PME moçambicanas são geridas por mulheres. No entanto, as empreendedoras moçambicanas são proprietárias de empresas menores, empregam menos pessoas e têm menos acesso às redes de informação e "não têm acesso a iguais oportunidades que os homens", além de assumirem mais responsabilidades em casa (de Deus, 2022). Além disso, a ausência de uma boa formação e a falta de autonomia das mulheres, baixos níveis de educação e baixa produtividade, poucas oportunidades e acesso ao mercado de trabalho, altos níveis de fertilidade, elevada mortalidade infantil e materna, também pode prejudicar sua performance nos negócios.

No que se refere à base geográfica, a escolha deste país como contexto geográfico para esta investigação foi por conveniência, tendo sido escolhida quer a cidade de Maputo, por ser a capital e apresentar a maior proporção de população urbana e a maior proporção de negócios do país, conseqüentemente, alta taxa de mulheres empreendedoras ou que buscam empreender, quer outras cidades como: Inhambane; Beira; Maxixe e Xai Xai.

### **3.2 Tipo de Abordagem da Investigação**

Este estudo pretende identificar e compreender quais os principais fatores (externos e intrínsecos) que podem se configurar como barreiras e desafios impostos às mulheres empreendedoras na criação, sobrevivência, desempenho e crescimento do próprio negócio em Moçambique. Com este propósito e considerando que as pesquisas sobre o empreendedorismo feminino africano ainda se encontram em estágio exploratório (Ali, 2018), optou-se por uma abordagem de investigação qualitativa (Creswell, 2007), exploratória e indutiva (Saunders et al., 2009).

Segundo Creswell (2007), a pesquisa qualitativa estuda fenômenos subjetivos, focando-se no conhecimento experiencial, sendo apropriada quando uma questão de estudo é pouco conhecida ou precisa ser mais investigada, trazendo assim, "significativas contribuições para a literatura e entendimento teórico da área" (Rodrigues e Franco, 2022). De acordo com

Creswell e Clark (2011), a investigação exploratória permite familiarizar-se com os fatos básicos, as pessoas e com os aspectos envolvidos no tópico a ser estudado.

A pesquisa qualitativa é bastante recomendada por pesquisadores quando há necessidade de explorar, compreender ou desenvolver alguma teoria sobre um fenômeno subjetivo ainda pouco analisado, tal como o da presente investigação. Assim, os métodos empregues devem ser aplicados mediante uma necessidade de analisar detalhadamente determinados fenômenos, processos, experiência/visão de indivíduos sobre acontecimentos (Rodrigues e Franco, 2022). Para Yin (2015), a abordagem exploratória permite inquirir, indagar e analisar um ou vários contextos e tem como propósito produzir informações mais detalhadas (Borch e Arthur, 1995) e em maior quantidade sobre o fenômeno observado (Patton, 1990).

O estudo qualitativo é ainda bastante utilizado na literatura para investigações:

- Na área do empreendedorismo, pequenos negócios e empresas familiares, uma vez que as informações coletadas divulgam resultados que não podem ser descritos, interpretados ou mensurados através dos números, cálculos e fórmulas de uma pesquisa quantitativa (Perren e Ram, 2004).
- Questões que exprimem realidades vividas e experiências sociais, pois oferece um enorme potencial para gerar diferentes perspectivas de compreensão das complexidades dos contextos e para ampliar a capacidade de generalizações e explicações do social (Mason, 2006).

Na pesquisa qualitativa, o investigador preocupa-se ainda em estudar um ou vários casos, contextos ou eventos ao longo do tempo, através da detalhada recolha de dados provenientes de diversas fontes de informações<sup>5</sup>, como por exemplo entrevistas, documentos, material audiovisual, observações e relatórios (Creswell, 2007). Posteriormente, a descrição do conteúdo apurado é relatada com base no tratamento dos dados coletados (Rodrigues e Franco, 2022).

### **3.3 Seleção das Participantes**

A investigação qualitativa visa compreender, com base em amostras reduzidas e através da observação, descrição e interpretação dos dados coletados (Gil e Carrascosa, 1985), um determinado fenómeno. Assim, a amostra é selecionada dentre os elementos que o

---

<sup>5</sup> Conforme Strauss (1987), muitos cientistas sociais fazem uso, dentre muitos outros meios, da entrevista, produção de vídeos, observação de campo, gravação de reuniões, todo tipo de documentos públicos ou documentos particulares para gerarem os seus dados. Já para Eisenhardt (1989), os métodos qualitativos, geralmente combinam vários métodos de recolha de dados como, entrevistas, questionários, observações e arquivos, sendo comum os autores indutivos não se limitarem somente a essas escolhas.

investigador tem acesso (Franco e Piceti, 2020). Por isso, face ao aspecto qualitativo deste estudo, a seleção da amostra adotada foi por conveniência (amostragem intencional), onde as unidades escolhidas não foram coletadas ao acaso, ou seja, os sujeitos são selecionados pelo pesquisador por critérios específicos, baseados no problema ou questão de estudo (Godoy, 1995).

A amostragem intencional é geralmente pequena (no máximo 30 casos) e está relacionada com a pesquisa qualitativa. A seleção é feita pelo julgamento especializado do pesquisador concernente às questões da pesquisa, sendo que o procedimento se concentra na “profundidade” do conhecimento que pode ser adquirido pelos casos individuais (Teddlie e Tashakkori, 2009). Tal como refere Aires (2015), a amostra num estudo qualitativo deve ser selecionada com o intuito de extrair o máximo de informações, para fundamentar a investigação e criar teorias sustentadas por critérios teóricos, empíricos e práticos.

Quanto ao número de participantes num estudo qualitativo, o número adequado deve corresponder à quantidade necessária para responder apropriadamente às questões da pesquisa (Marshall, 1996) e para descobrir o que se pretende atingir nos objetivos estabelecidos (Kvale, 1996). Assim, para este estudo, foram selecionadas 19 mulheres empreendedoras moçambicanas. Este número de participantes foi considerado ideal para este estudo, pois não há regras específicas para determinar o tamanho de amostra para pesquisas qualitativa. Segundo Morse (2000), o tamanho da amostra não é estipulado por um número fixo de participantes em estudos qualitativos, argumentando que a profundidade dos dados e a qualidade da análise são mais relevantes do que o número absoluto de entrevistas sendo que, em muitos casos, uma amostra reduzida pode ser suficiente. Assim, o tamanho da amostra pode ser substancialmente menor, desde que se alcance a saturação teórica dos dados, que ocorre quando as descobertas não geram mais novas informações e os padrões começam a repetir-se (Guest et al., 2006). Patton (1990) sugere ainda que os objetivos do estudo, tempo e outros recursos disponíveis para o pesquisador determinam o tamanho da amostra.

Morse (1994) sugere que para estudos exploratórios, em contextos ou temáticas com questões menos complexas, uma amostra adequada pode estar entre 6 e 10 participantes. Segundo Guest et al. (2006), dependendo complexidade do fenómeno em estudo e da homogeneidade da amostra, a saturação pode ser atingida entre 6 e 12 entrevistas. Contudo para Creswell (1997), em estudos fenomenológicos, a amostra pode variar entre 5 a 25 participantes. Na seleção da amostra, deve-se considerar a complexidade do tema e a profundidade analítica desejada. Desse modo, a diversidade dos participantes é mais relevante que a representatividade estatística, desde que os indivíduos selecionados

apresentem características específicas relevantes para o estudo e contribuam com informações contextualizadas e significativas (Morse, 2000; Guest et al., 2006).

Os critérios de seleção das participantes foram: (1) mulheres moçambicanas proprietárias de empreendimento(s) estabelecido(s) em Moçambique; (2) os negócios criado por mulheres há no mínimo 1 ano<sup>6</sup>; e (3) as empreendedoras possuem responsabilidades familiares. Ainda, para captar uma imagem mais fidedigna do empreendedorismo feminino em Moçambique, as mulheres selecionadas não deviam pertencer a apenas um setor específico, mas a vários setores da economia, desde serviços, comércio e manufatura.

Patton (2002) orienta que os sujeitos da pesquisa devem ter sua privacidade protegida. Neste sentido, para garantir o anonimato das empreendedoras entrevistadas que aceitaram participar nesta investigação, utilizou-se códigos numéricos (1 a 19) para identificar cada uma delas como entrevistada 1 (Ent-01), entrevistada 2 (Ent-02), sucessivamente até a última, a entrevistada 19 (Ent-19). Uma caracterização das participantes é evidenciada na tabela 2, mantendo-se, assim, suas identidades confidenciais (Adom e Asare-Yeboah, 2016). O gráfico 1, abaixo, ilustra também as características sócio-demográficas das 19 empresárias moçambicanas que participaram no estudo.

---

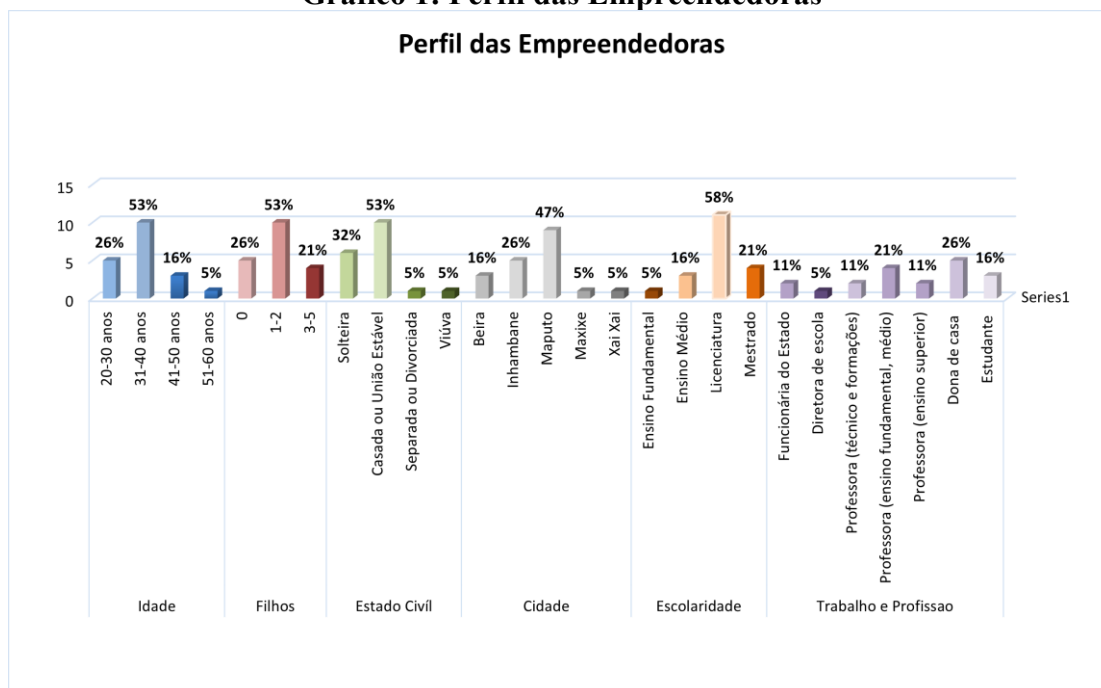
<sup>6</sup> Este critério visa atender à definição de mulher empreendedora por Buttner e Moore (1997).

**Tabela 2: Perfil das Entrevistadas e Características dos Negócios**

Entrevistadas	Duração da Entrevista	Idade	Filhos	Estado Civil	Cidade	Escolaridade	Trabalho-Profissão	Negócio	Ramo de Atividade	Ano de Início	Funcionários
Ent-01	00:42:18'	31-40 anos	1-2	Casada ou União Estável	Inhambane	Licenciatura	Funcionária do Estado	Formal	Lanchonete	2020-2024	1-3
Ent-02	01:03:02'	20-30 anos	1-2	Casada ou União Estável	Maputo	Licenciatura	Não	Informal	Confeitaria: Bolos e Doces	2020-2024	1-3
Ent-03	00:42:55'	20-30 anos	0	Solteira	Xai Xai	Licenciatura	Nunca trabalhou	Informal	Confeitaria: Bolos e Doces	2020-2024	0
Ent-04	01:20:60'	51-60 anos	3-5	Viúva	Maputo	Licenciatura	Funcionária do Estado	Formal	Hotel	2016-2019	9-15
Ent-05	01:12:22'	31-40 anos	1-2	Casada ou União Estável	Maputo	Mestrado	Não	Formal	Importação e Exportação	2016-2019	51-90
Ent-06	00:35:55'	41-50 anos	3-5	Separada ou Divorciada	Maputo	Ensino Fundamental	Não	Informal	Venda de Roupas e Acessórios	2020-2024	0
Ent-07	02:44:30'	31-40 anos	1-2	Casada ou União Estável	Maputo	Licenciatura	Contadora	Formal	Venda de Roupas e Acessórios	2010-2015	1-3
Ent-08	00:46:43'	41-50 anos	3-5	Solteira	Inhambane	Mestrado	Professora (ensino técnico e formações)	Informal	Venda de Roupas e Acessórios	2020-2024	0
Ent-09	00:29:09'	31-40 anos	1-2	Casada ou União Estável	Maputo	Ensino Médio	Não	Formal	Venda de Roupas e Acessórios	2016-2019	4-8
Ent-10	01:03:34'	31-40 anos	1-2	Casada ou União Estável	Inhambane	Licenciatura	Professora (técnico e formações)	Informal	Venda de Cosméticos e Perfumes	2020-2024	0
Ent-11	00:54:47'	31-40 anos	1-2	Solteira	Beira	Mestrado	Professora (ensino fundamental, médio)	Formal	Confeitaria: Bolos e Doces	2016-2019	1-3
Ent-12	01:00:12'	20-30 anos	0	Solteira	Inhambane	Licenciatura	Professora (ensino fundamental, médio)	Formal	Venda de Roupas e Acessórios	2020-2024	1-3
Ent-13	00:43:45'	20-30 anos	0	Solteira	Beira	Licenciatura	Nunca trabalhou	Informal	Artesanato	2020-2024	0
Ent-14	00:46:09'	20-30 anos	0	Solteira	Inhambane	Licenciatura	Nunca trabalhou	Informal	Venda de Cosméticos e Perfumes	2020-2024	0
Ent-15	00:44:38'	31-40 anos	1-2	Casada ou União Estável	Maputo	Ensino Médio	Não	Formal	Bar: venda de Bebidas	2016-2019	0
Ent-16	01:14:55'	31-40 anos	3-5	Casada ou União Estável	Beira	Ensino Médio	Não	Formal	Importação e Exportação	2020-2024	4-8
Ent-17	00:45:29'	41-50 anos	1-2	Casada ou União Estável	Maputo	Licenciatura	Diretora de Escola	Formal	Padaria	2020-2024	4-8
Ent-18	00:15:05'	31-40 anos	0	Solteira	Maputo	Licenciatura	Professora (ensino fundamental, médio)	Informal	Venda de Cabelos e Perucas	2020-2024	0
Ent-19	00:38:19'	31-40 anos	1-2	Casada ou União Estável	Maxixe	Mestrado	Professora (ensino superior)	Formal	Venda de Cosméticos e Perfumes	2020-2024	1-3

Fonte: Elaboração Própria

**Gráfico 1: Perfil das Empreendedoras**



Fonte: Elaboração Própria

Da amostra deste estudo, quanto à idade, a maioria (53%) das empresárias entrevistadas tem entre 31 e 40 anos de idade; 26% entre 20 e 30 anos; 16% entre 41 e 50 anos; enquanto que apenas 5% possui mais de 51 anos.

Quanto ao número de filhos, a maioria (53%) das empresárias entrevistadas tem um ou dois filhos; 26% não possui filhos; e 21% entre 3 e 5 filhos. Relativamente ao estado civil, a maioria é casada ou está em numa relação estável (53%); 32% é solteira; 5% está divorciada ou separada; e 5% é viúva.

Quanto à cidade onde a empresária reside e o seu negócio está estabelecido, a maioria localiza-se na cidade de Maputo (47%); 26% fica em Inhambane; 16% na Beira; 5% Maxixe e 5% em Xai Xai.

No que respeita o nível de escolaridade, a maioria das mulheres (58%) possui licenciatura; 21% possui mestrado; 16% ensino médio; e apenas 5% possui ensino fundamental.

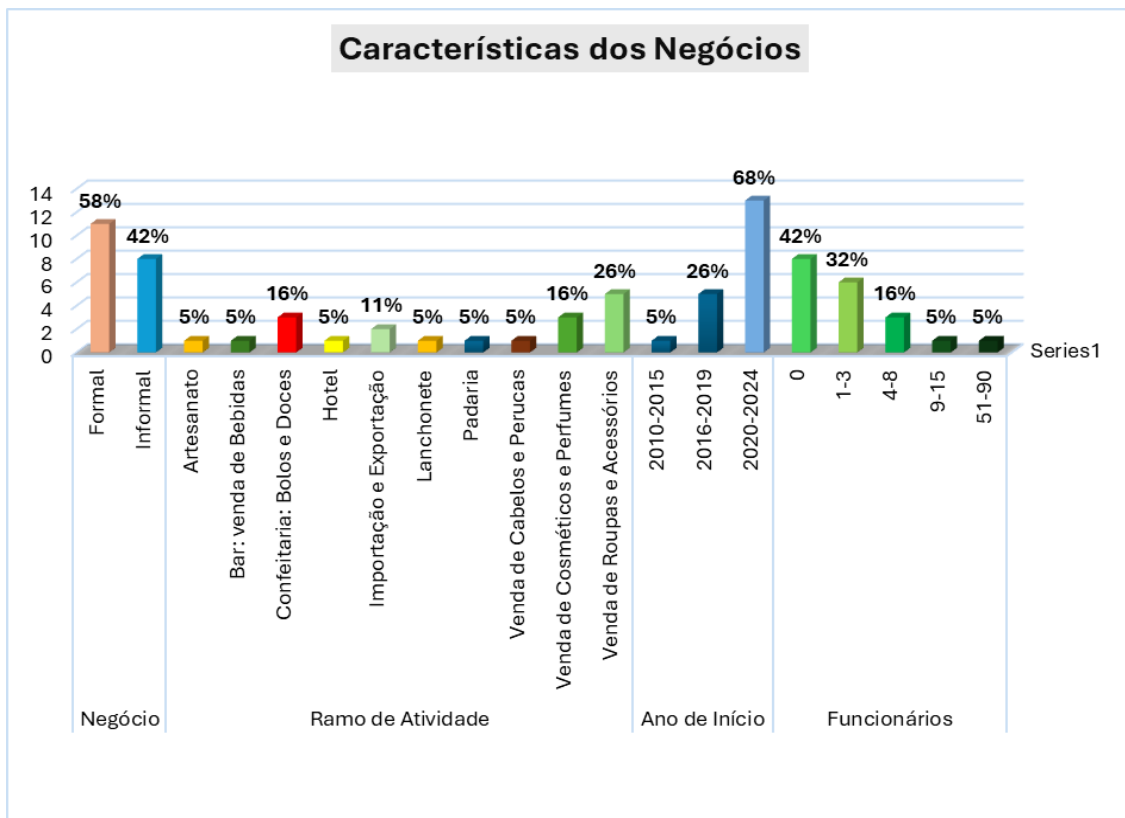
Já no que se refere à vida profissional, ou seja se a empresária possui um trabalho atual e ao mesmo tempo o negócio, a maioria (26%) não exerce outra atividade, dedicando-se apenas ao seu negócio e atividades domésticas; 21% além de possuir um negócio, também exerce a profissão de professora no ensino médio e fundamental; 16% ainda é estudante universitária e não exerce nenhuma outra atividade além do seu negócio; 11% são professoras de ensino

superior; 11% são professoras de ensino técnico e profissionalizante; 11% são funcionárias do Estado; enquanto que apenas 5% exerce função de diretora escolar.

Assim, o perfil geral das empresárias participantes do estudo tem entre 31 e 40 anos de idade, é casada ou está em uma relação estável, tem entre um ou dois filhos, mora e possui seu negócio estabelecido na cidade de Maputo, tem escolaridade a nível de licenciatura e trabalha como professora.

O gráfico 2, abaixo, ilustra também as características dos negócios das 19 empresárias moçambicanas que participaram do estudo.

**Gráfico 2: Características dos Negócios**



Fonte: Elaboração Própria

A maioria das entrevistadas possui negócios formais (58%), enquanto que os informais correspondem a 42%. Quanto ao ramo de atividade, estão principalmente relacionados a venda de roupas e acessórios (26%); confeitaria (bolos, doces) e vendas de cosméticos e perfumes que correspondem a 16% para cada atividade; importação e exportação representa a 11%; as atividades de artesanato, venda de bebidas, hotel, lanchonete, padaria, venda de cabelos e perucas representam 5% para cada uma das atividades.

Relativamente ao ano de início ou criação do negócio, a maioria (68%) foi iniciado entre 2020 a 2024, ou seja de zero a quatro anos de existência; 26% foram iniciados entre 2016 e 2019 e têm entre seis e nove anos de atuação; os negócios mais antigos, têm entre 10 e 15 anos, representando apenas 5% da amostra, e foram iniciados entre 2010 e 2015.

Quanto à dimensão dos negócios, a maioria (42%) não possui trabalhadores, sendo a empresária a desempenhar todas as atividades; 32% possui de 1 a 3 funcionários, 16% entre 4 a 8 funcionários; 5% de nove a quinze; e 5% entre 51 a 90 colaboradores.

### **3.4 Recolha de Informação**

Segundo Tuli (2011), a recolha de informação visa obter um conjunto de informações pertinentes ao tópico do estudo e procura explicar a complexidade contextual da temática e natureza das questões e objetivos definidos. Neste estudo, utilizou-se como técnica de obtenção de dados a entrevista semi-estruturada (Yin, 2015), bastante recomendada, devido à interação espontânea entre o entrevistado e entrevistador, no qual os possíveis problemas relacionados à interpretação errôneas ou equivocada das perguntas são amenizados (Rodrigues e Franco, 2022).

O método por entrevista é caracterizado como o mais flexível e dinâmico, que segue um roteiro de perguntas previamente estabelecidas (guião), sendo indicado para recolher dados mais descritivos ou subjetivos, onde o entrevistador deve direcionar a discussão para os temas e assuntos inerentes à pesquisa (Yin, 2015). Já a interação espontânea permite ao entrevistado familiarizar-se com os aspetos gerais da pesquisa, contribuindo não somente ao responder as perguntas, mas também com argumentações pertinentes e formulando questões novas ou questões complementares àquelas. Assim, o entrevistador, a partir da narrativa coletada e interagida, pode sistematizar matéria, desenvolvendo algumas teorias e formulando linhas de investigação adicionais que vão ao encontro ao que se pretende desta investigação (Rodrigues e Franco, 2022).

A escolha da entrevista permitiu às entrevistadas uma certa autonomia de expressão, bem como uma visão de cada uma das empreendedoras, possibilitando respostas profundas e mais detalhadas, o que leva a uma compreensão mais completa do fenómeno estudado (Flick, 2009) e a uma melhor interpretação do "porquê" da dinâmica subjacente ao tema pesquisado (Rodrigues e Franco, 2022).

Com base nos estudos de Welsh (2013), elaborou-se o guião de entrevista (Apêndice 2) para investigar mulheres empresárias em Moçambique, abordando as questões pertinentes à temática e ao objetivo do estudo; também se utilizou uma carta de apresentação (Apêndice 1), discutindo a importância da pesquisa e agradecendo a participação das entrevistadas.

As empresárias foram entrevistadas segundo a sua disposição em participar, por meio de uma amostragem de “bola de neve”, pois, frequentemente, as primeiras participantes ajudavam a recrutar mais empresárias por convite “boca a boca”, com base na sua rede de contatos no seu ramo de atividade e área de localizações dos seus negócios (Vieitez-Cerdeño et al., 2023). Devido a distância geográfica entre a pesquisadora e o contexto de estudo, não foi possível realizar a tradicional entrevista presencial, logo as entrevistas foram realizadas de forma online (Vieitez-Cerdeño et al., 2023) por meio de videoconferência pela plataforma WhatsApp e Google Meet que dispõem de recursos como áudio em tempo real e vídeo *full-motion*. No que diz respeito à base temporal, a coleta de dados foi realizada no período de dez meses, de agosto de 2024 a junho de 2025.

### **3.5 Tratamento e Análise dos Dados**

A análise de conteúdo da entrevista foi efetuada por um procedimento sistematizado e sequenciado que compreende: a construção do instrumento (guião), coleta de dados (entrevista e sua transcrição precisa e exata), captação das falas dos sujeitos e análise temática do conteúdo de acordo com o enfoque da pesquisa (Queiroz, 1987). Cada entrevista foi transcrita literalmente, mantendo-se fiel às argumentações das participantes. Posteriormente, os resultados apurados foram codificados e resumidos os seus significados com utilização do software NVivo. “O NVivo é um software que ajuda o investigador a organizar e analisar facilmente as informações não estruturadas em diversas etapas do projeto, desde a organização dos dados até a análise, na partilha e na criação de relatórios” (programa NVivo)<sup>7</sup>. Finalmente, os resultados foram submetidos a uma análise de conteúdo<sup>8</sup> de forma a extrair as informações úteis e adequadas ao objetivo do estudo, bem como confrontados com a teoria, de acordo com o propósito do estudo (Bardin, 2009).

---

<sup>7</sup> Esta definição foi retirada diretamente do site do programa NVivo, em 3 de julho de 2025.

<sup>8</sup> De acordo Bardin (2009), são técnicas e procedimentos sistemáticos voltados para descrever e examinar conteúdos de comunicações, sendo que a análise de conteúdo examina-se o que foi evidenciado no texto para se obter indicadores que permitam fazer inferências de conhecimentos sobre o assunto estudado e percepção das mensagens.

Com base nas recomendações de Braun e Clarke, (2012), foi realizada uma análise temática dos dados primários retirados das entrevistas, seguindo um procedimento em quatro etapas: transcrição dos dados; definição dos temas principais; codificação e categorização dos dados; análise das codificações e relacionamento entre categorias (Proudfoot, 2023). Segundo Boyatzi (1998), a análise temática é utilizada para identificar, relatar e analisar temas dentro de um conjunto de dados, interpretando, assim, vários aspectos de um tópico de investigação. Constituindo-se, desse modo, como uma flexível ferramenta de pesquisa que fornece uma descrição detalhada e abundante de dados complexos (Braun e Clarke, 2006).

Na fase inicial, as gravações dos áudios das 19 entrevistas realizadas foram transcritas no Microsoft Word, inicialmente por um software de transcrição e, em seguida, a precisão desse conteúdo foi revisada por verificação humana em cada transcrição. Após as verificações, procedeu-se à identificação dos temas e seleção das categorias de codificação. Posteriormente, foram importadas para o NVivo para a devida codificação e as análises abrangentes (Berbekova et al., 2021)

Na segunda fase, foi realizada a definição dos temas principais desenvolvidos nesta pesquisa para delimitá-los em relação ao conjunto de dados a serem codificados, visando garantir o rigor e uma maior precisão do método de análise. Contudo, Bonfanti et al (2024), ressaltam que a aplicação de muitos temas resulta na perda de coerência nos resultado da análise. Por isso, é essencial seguir a recomendação do uso de dois a seis temas que representem suficientemente uma análise aprofundada dos dados pesquisados (Braun e Clarke, 2012). Consequentemente, para este estudo, foram desenvolvidos quatro temas principais, nomeadamente os fatores: político-económico, sócio-cultural, dinâmica familiar e competências empreendedoras, tal como haviam sido discutidos na literatura.

Segundo Braun e Clarke (2012), devido à dificuldade em ser inteiramente dedutivo ou indutivo na análise temática, os processos de codificação e análise frequentemente utilizam ambas as abordagens, para permitir o surgimento de temas a partir dos dados. (Bonfanti et al, 2024). Dessa maneira, a escolha das categorias de codificação dos dados empíricos foi realizado com base na literatura, onde, servindo-se de temas-chave comuns referentes ao tema do estudo, seguiu-se uma abordagem combinada. Assim, neste estudo foi empregue a abordagem abductiva (Mantere e Ketokivi, 2013).

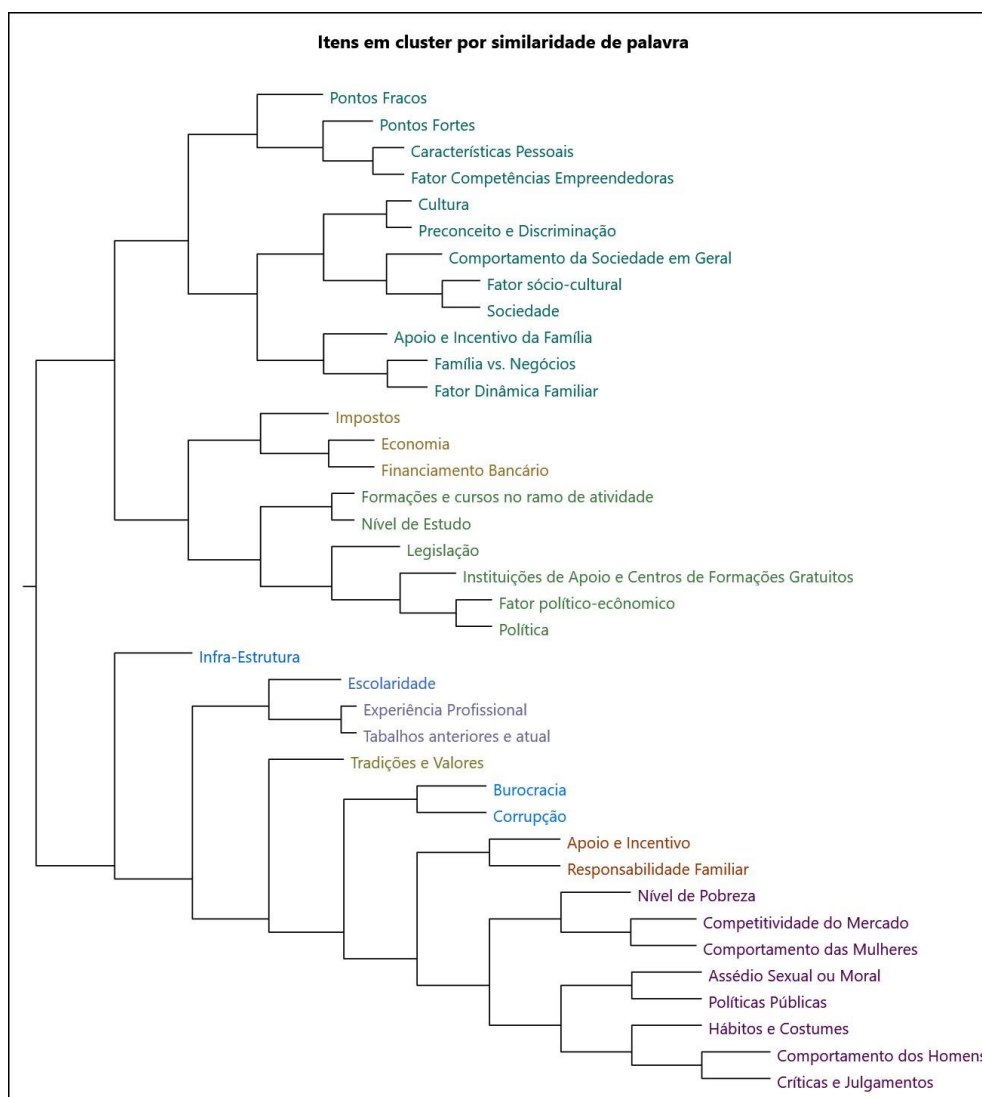
A codificação de dados foi conduzida inicialmente por meio de uma abordagem dedutiva (Saunders et al., 2019), com base no objetivo e nas variáveis temáticas especificadas na estrutura conceitual deste estudo; ou seja, começando por um *insight* dedutivo inicial derivado da revisão da literatura para definir os principais temas e sub-temas que interligam

os quatro fatores previamente delimitados por estudos anteriores e, que neste estudo, foram considerados para o empreendedorismo feminino moçambicano. Em seguida, por meio de uma abordagem intuitiva (Saunders et al., 2019), em relação à dimensão dos fatores delimitados, para que os temas fossem abstraído diretamente dos dados primários e posteriormente codificados (códigos e sub-códigos), categorizados (categorias e sub-categorias) e analisados que foram organizados por temas coesos com base em similaridades (Gioia et al., 2013; Holton, 2018; Bonfanti et al, 2024), resultando em seis conjuntos de códigos: política, economia, sociedade, cultura, dinâmica familiar e competências empreendedoras. Além disso, como resultado desse processo de codificação, foi criado um mapa temático (Fig. 1) para visualizar e representar essa análise temática.

Na terceira fase, a análise dos dados gerados pelas entrevistas envolveu dois níveis de codificação de análise de conteúdo direcionada (DCA) (Hsieh & Shannon, 2005). Primeiramente, desenvolveu-se um critério de codificação baseado na literatura relevante ao estudo, onde a codificação teórica estava em consonância à revisão da literatura sobre empreendedorismo feminino africano, para obtermos a integração de categorias e os temas emergentes e mais frequentes no contexto moçambicano sob um 'guarda-chuva' conceitual. Esta fase permitiu o surgimento de temas centrais a partir dos dados, capturando as visões e experiências das entrevistadas nos seus próprios termos, permitindo detalhar os códigos (dedutivos e indutivos) selecionados na fase anterior, que foram posteriormente refinados e finalizados após o alinhamento com a revisão da literatura do estudo.

Como resultado desse processo de codificação, foi criado um mapa temático (Figura 1) para representar e facilitar a análise temática.

**Figura 1: Diagrama de Cluster**



**Fonte:** Elaborado pela autora por meio do programa NVivo 14.

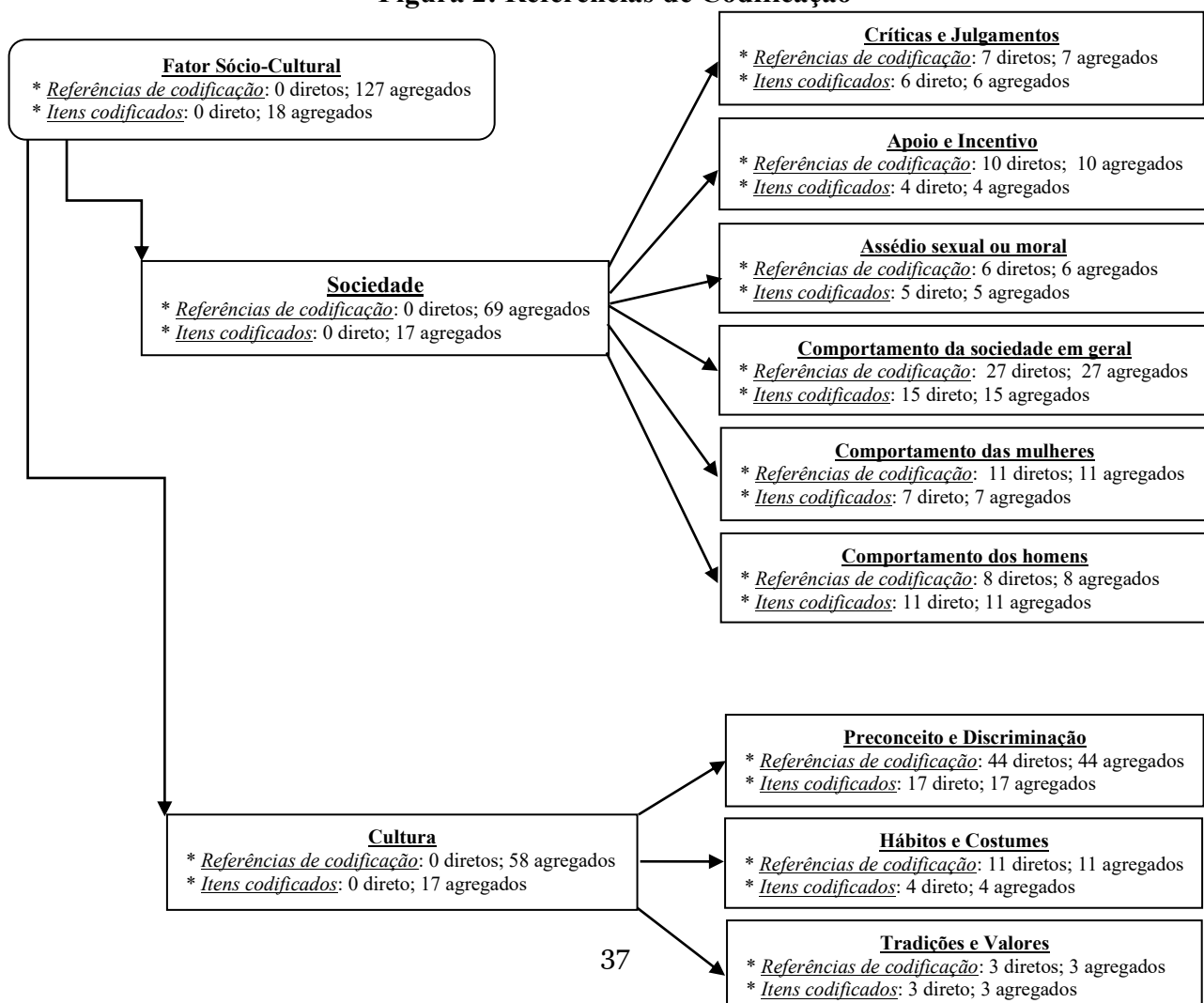
Durante a terceira fase, a codificação dos temas foi ainda concluída manualmente, usando a função "código" do software NVivo 14 (Berbekova et al., 2021). Primeiramente, os dados transcritos foram codificados “linha por linha”, usando-se códigos iniciais; e, em seguida, “segmento por segmento”. Segundo uma análise comparativa, também foi possível identificar alguns significados implícitos e subjacentes, agrupando-se, assim, os conceitos semelhantes em categorias primárias. Ainda, “códigos de processo” e “códigos in vivo” foram incluídos nesta etapa para conotar ações e repetições nos dados e preservar os significados das opiniões e pontos de vista das entrevistadas (Berbekova et al., 2021). Ainda, com base na literatura, a análise de dados foi iniciada decompondo-se as transcrições até o surgimento de códigos que caracterizavam trechos das entrevistas que refletiam com precisão as visões,

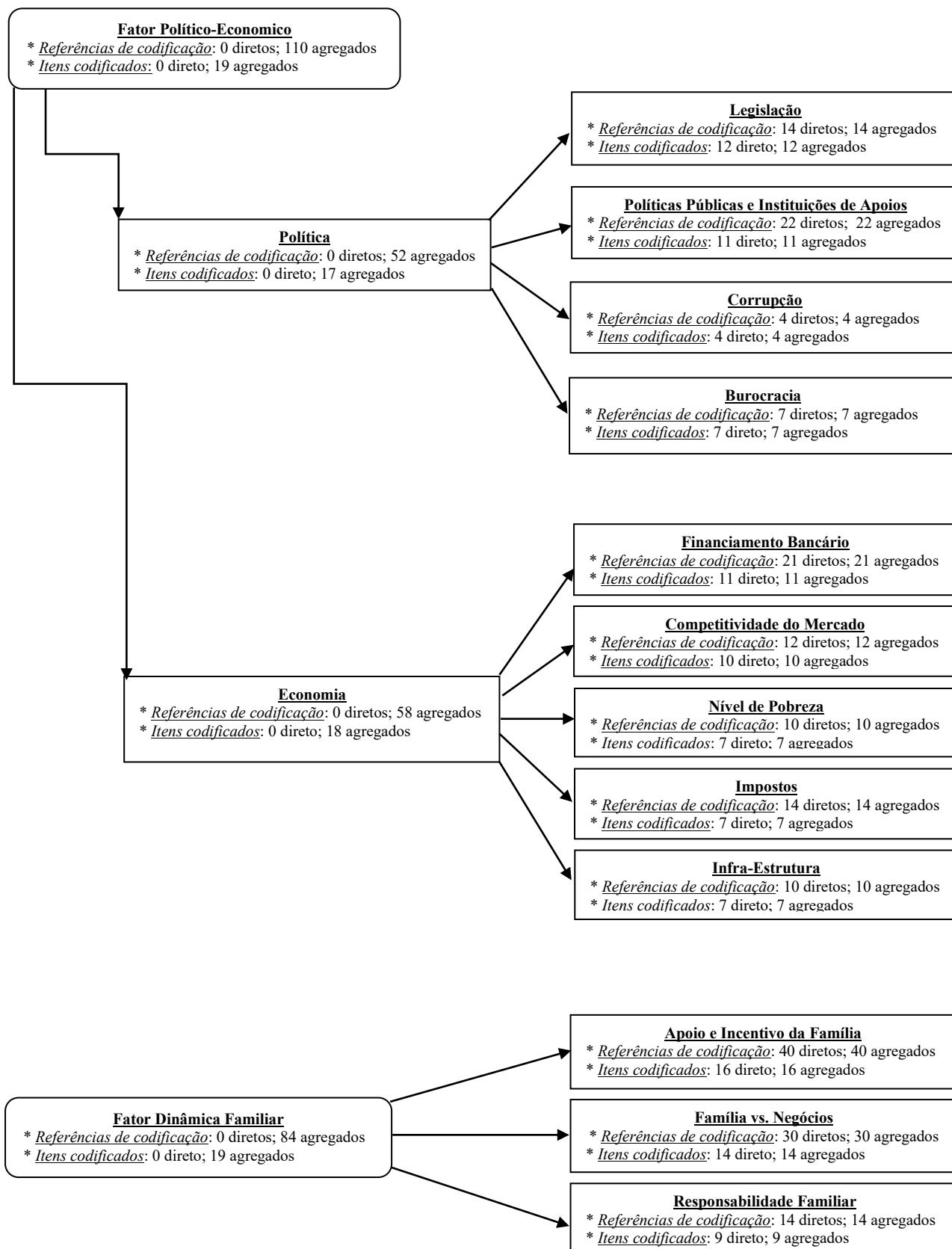
percepções e opiniões das participantes do estudo empírico. As categorias de códigos foram rotuladas, desenvolvendo-se definições e parâmetros detalhados para cada código.

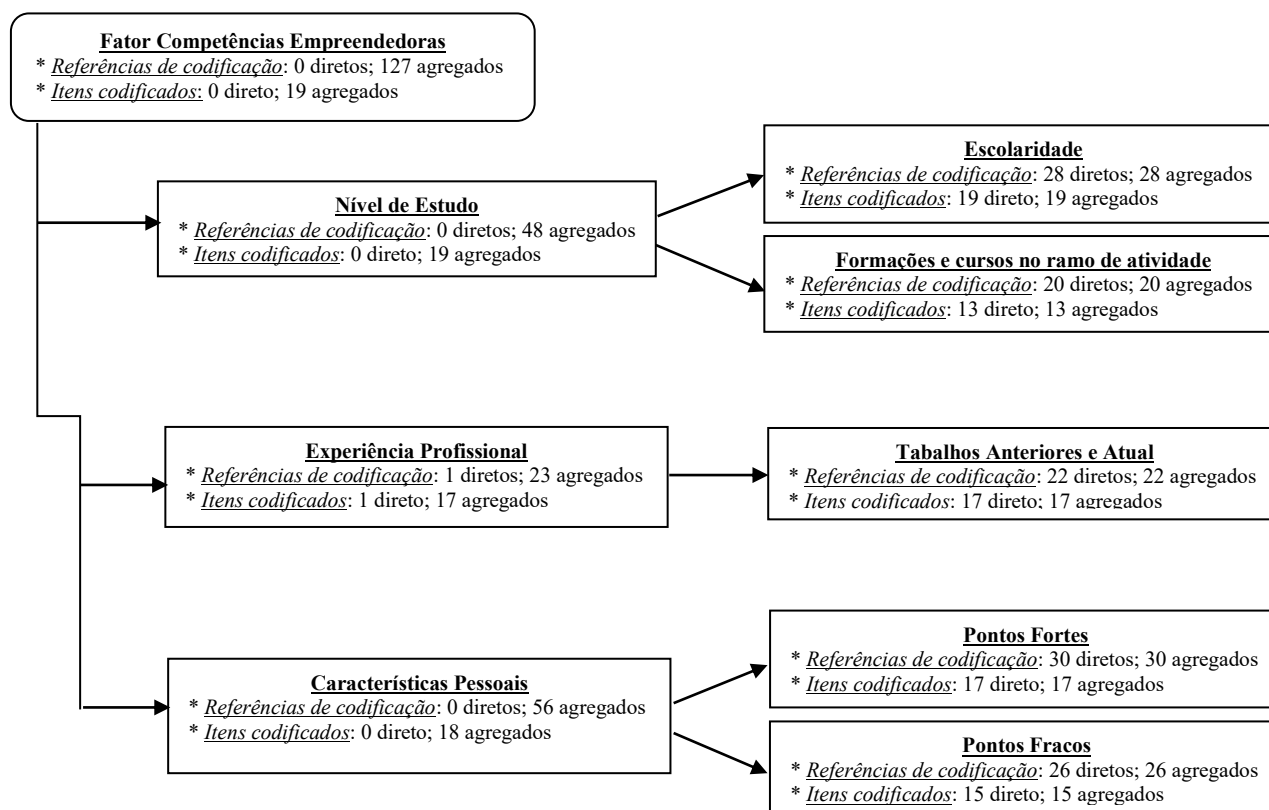
A codificação foi conduzida no idioma de origem dos dados coletados (português) e produziu, inicialmente 6 códigos e 23 sub-códigos distintos, onde, por comparação dos códigos foram identificadas semelhanças e diferenças entre eles (Bonfanti et al, 2024). Em seguida, a interação entre os dados processados e a estrutura conceitual do estudo resultou numa codificação focada em evidenciar similaridades conceituais ou temáticas, sendo que os códigos e sub-códigos iniciais foram refinados e categorizados em unidades analíticas menores, originando, no final, 6 códigos e 30 sub-códigos. Manteve-se, então, um processo de codificação contínua até não serem identificados novos códigos e sub-códigos. Este processo envolveu múltiplas leituras dos dados processados e suas frequentes codificação e recodificação.

O organograma abaixo (Figura 2) foi construído para se visualizar a esquematização de códigos e sub-códigos e perceber como estes estavam relacionadas entre si.

**Figura 2: Referências de Codificação**



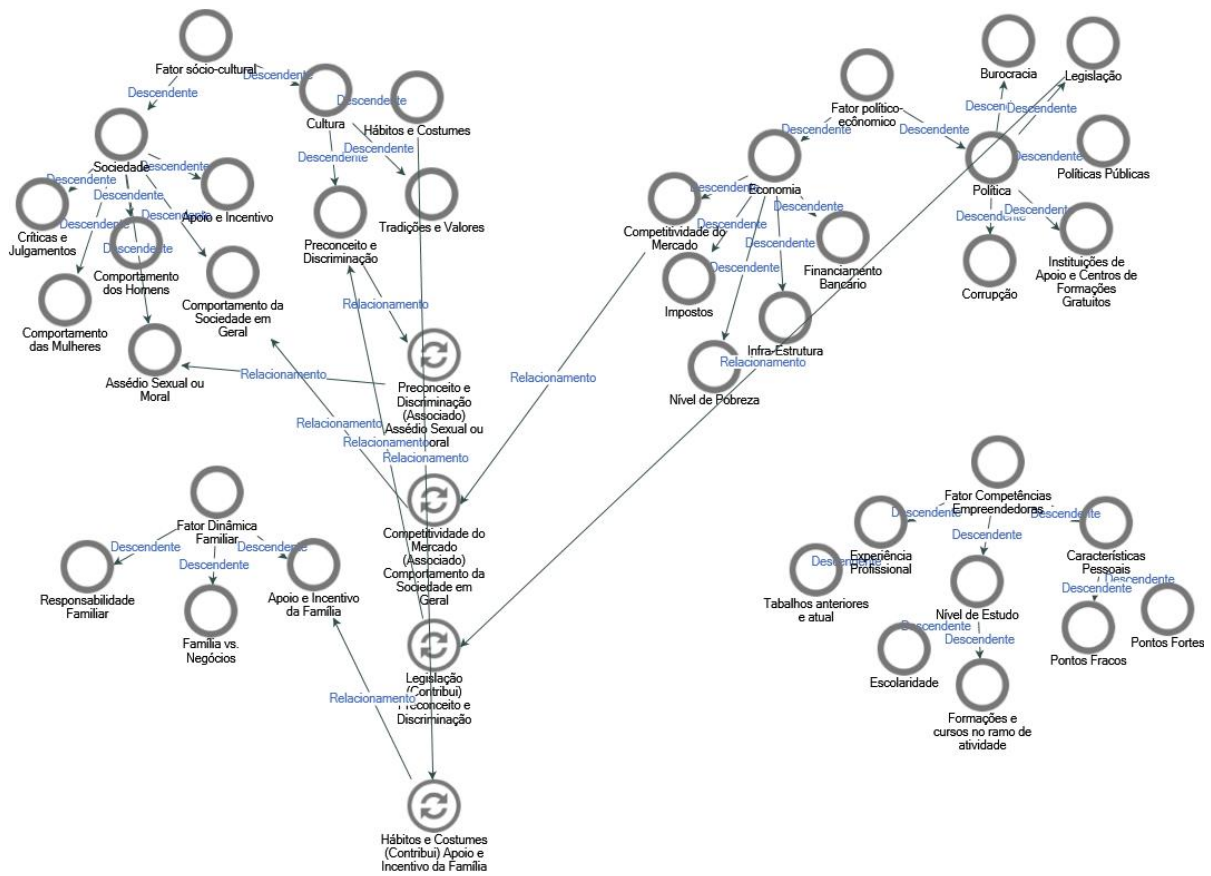




**Fonte:** Elaborado pela autora, com base nas informações do programa NVivo 14.

Finalmente, a última etapa de codificação correspondeu a uma análise aprofundada dos temas desenvolvidos, para garantir que os mesmos fornecessem uma base coerente (Braun e Clarke, 2006). Deste modo, considerando-se o objetivo da pesquisa e os conceitos teóricos subjacentes para este estudo, procedeu-se, então, à estruturação dos temas recorrendo ao cruzamento de códigos indutivos e dedutivos mediante à análise comparativa dos conteúdos, visando compor uma explicação do fenómeno estudado (Thomas e Harden, 2008). Em seguida, para uma melhor compreensão da estruturação dos temas codificados e suas interligações, foi gerado pelo NVivo 14 um Mapa do Projeto, ilustrando o conjunto geral de dados codificados, que incluem os códigos, subcódigos e os correspondentes relacionamentos das categorias classificadas, com base numa análise temática conduzida sistematicamente com rigor (Braun e Clarke, 2012), para examinar o conteúdo das entrevistas e, consequentemente, identificar os resultados temáticos codificados que neste estudo refletem os principais desafios e barreiras do empreendedorismo feminino em Moçambique, conforme figura 3 abaixo.

**Figura 3: Mapa do Projeto**



**Fonte:** elaborado pela autora por meio do programa NVivo

## Capítulo 4

### Resultados e Discussão

Com base no tratamento e análise dos dados obtidos das entrevistas, por meio da codificação no programa NVivo 14 e nas evidências empíricas, foi possível validar alguns dos fatores ressaltados pela literatura, bem como acrescentar outros novos fatores que surgiram a partir desta análise. Uma descrição dos principais temas e sub-temas identificados são apresentados nas seções seguintes. Para cada fator, foram ainda identificados os principais desafios e barreiras enfrentados pelas empresárias moçambicanas, sendo estes elencados, conforme as declarações das participantes, seguindo uma ordem de maior relevância.

#### 4.1 Fatores Político-Económicos

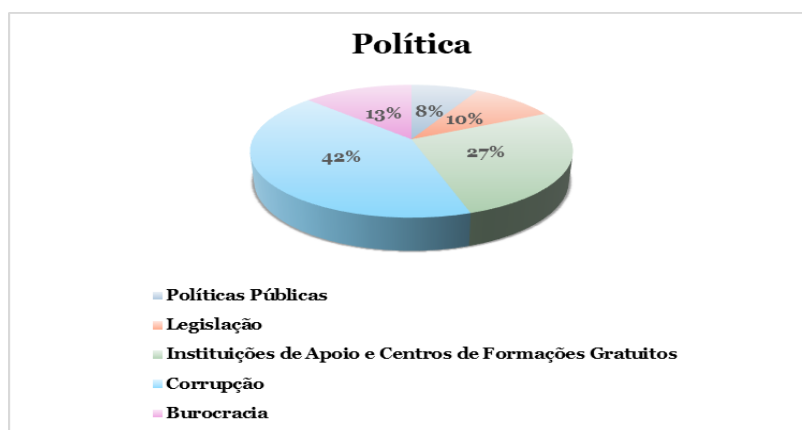
Nos fatores político-económicos busca identificar os principais obstáculos impostos ao empreendedorismo feminino em Moçambique dentro da atual conjuntura da economia e da política do país e, como estes podem impactar na criação, gestão, sobrevivência e crescimento do negócio da mulher moçambicana.

##### 4.1.1 Política

No que concerne à dimensão “*Política*”, verificou-se como o cenário político de Moçambique mostra-se favorável ou desafiador ao empreendedorismo feminino no país; e ainda, como essas questões tendem a impactar no negócio da mulher moçambicana. O gráfico 3, a seguir, faz uma ilustração deste fator.

Com base nas codificações do NVivo e considerando as declarações das entrevistadas, foi evidenciado que no que diz respeito ao cenário político-económico, o aspecto “*Corrupção*” constatou-se, com 42%, como o maior desafio ao empreendedorismo feminino em Moçambique, seguido de “*Instituições de Apoio e Centros de Formações Gratuitos*” com 27%; “*Burocracia*”, com 13%. Os aspectos menos impactantes foram “*Legislação*” e “*Políticas Públicas*”, com 10% e 8%, respectivamente.

### Gráfico 3: Fator Político-Económico (cenário político)



Fonte: Elaboração própria.

De um modo generalizado, quando inqueridas sobre qual os maiores desafios enfrentados pelas empreendedoras no atual cenário político-econômica em Moçambique, as entrevistadas pronunciaram-se de maneira enfática sobre suas dificuldades, destacando-se os comentários das entrevistadas 1 e 7, a seguir.

A pouca participação feminina na política em Moçambique também foi apontada como um fator limitante para empoderamento das mulheres no país, afetando diretamente nas questões relacionadas ao seu papel social e ao progresso do empreendedorismo, tal como observado pela entrevistada 1: “Aqui no nosso país devia-se olhar mais para a participação feminina nos assuntos relacionados com a política. Assim, o fato da mulher ter fraca participação na política, as mulheres não são facilitadas na geração e distribuição de certos tipos de recursos. Por isso, muitas mulheres acabam optando por um negócio informal” (Ent-01). De acordo com Naguib (2024) é fundamental para o empoderamento da mulher a sua participação tanto em iniciativas e atividades empreendedoras, quanto no diálogo político; o que significa que elas poderão ter maior controle sobre suas próprias vidas e compreenderão melhor os mecanismos políticos para conseguir isso (Porter et al., 2019).

“Nós tivemos há pouco tempo as eleições aqui, começamos a não ter segurança nenhuma, porque houve muitos momentos de greves, manifestações, vandalização, roubos e violência (...) ficamos praticamente três meses sem funcionar (de final de outubro/2024 até janeiro/2025) e isso devastou muito os nossos negócios (...) os estabelecimentos não abriam e não tínhamos clientes, nem vendas e não ganhávamos dinheiro. Então, foram meses muito difíceis; enfim, o dinheiro não circula em Moçambique, porque estamos com deficit de divisas” (Ent-07).

## **Corrupção**

A “*Corrupção*” foi citada por todas as participantes como um fator político com grande influência negativa sobre o empreendedorismo de Moçambique, afetando principalmente as mulheres empresárias, conforme os exemplos elucidativos das entrevistadas 5 e 8, abaixo. De acordo com Sun et al. (2023), a corrupção é amplamente reconhecida como um fator de risco que aumenta a pobreza e a desigualdade, já que nos países em desenvolvimento, possui uma natureza sócio-política; e, geralmente está associada a funcionários públicos e privados que usam o seu poder e função para obter ganhos pessoais (Vaidya, 2019). Para Branisa et al. (2013), onde a corrupção se estabelece como uma instituição social predominante, tal como em bancos e órgãos públicos por exemplo, a inclusão de género fica prejudicada, pois dificultam-se trâmites legais da negociação e aumentam-se os custos diretos e indiretos que são repassados às camadas mais vulneráveis da sociedade, especialmente às pessoas de baixa renda e às mulheres (Sun et al., 2023).

*“Quando uma empresária mulher tem um projeto mais ambicioso, entra o fator corrupção; porque tu tens que dar sempre uma “palmadinha nas costas” com um envelope com dinheiro, para conseguires seguir com teu projeto”* (Ent-05). De acordo com Sun et al. (2023), embora os pagamentos de suborno proporcionem um tratamento preferencial para aqueles que os realizam, tais práticas corruptas afetam os pequenos empreendedores e têm um impacto amplamente negativo sobre as mulheres e os mais pobres.

*“É um processo muito demorado (...) Às vezes, requer situações de apadrinhamento; se você conhece alguém que trabalha no setor “x” da instituição “tal”, o seu processo pode ser flexibilizado mais rapidamente. Então, por haver muita burocracia, há também muita corrupção e muitas vezes você tem que pagar dinheiro alto para o teu processo ficar pronto; porque até que tua empresa seja registrada você tem que recorrer ao estado, ao município, à autoridade tributária, às finanças”* (Ent-08). Chakrabarty e Bass (2014) apontam que a relação entre desigualdade social e corrupção aumenta a vulnerabilidade feminina, pois ao limitar sua capacidade de conseguir empréstimos, compromete a confiança das mulheres no seu próprio potencial de assumir o controle dos resultados de suas negociações. Sun et al. (2023) acrescentam que, em ambientes corruptos, onde a facilidade e rapidez de um processo são negociadas por meio de relações de poder vs. práticas de suborno, as mulheres enfrentam desafios adicionais, sendo que o aumento da desigualdade é potencialmente agravado pelo abuso contra as mulheres.

Segundo Islam et al. (2015), nos países em desenvolvimento, a corrupção pode reduzir a inclusão financeira feminina, visto que o envolvimento das mulheres nas decisões financeiras familiares frequentemente depende de suas contribuições por meio de rendimentos, ganhos e da utilização de seus recursos (Elouaourti e Ibourk, 2024). Estudos recentes (Sun et al.,

2023; Elouaourti e Ibourk, 2024) evidenciaram que em países com alto controle da corrupção, tende a ocorrer uma maior inclusão financeira feminina, o que oferece às mulheres mais recursos contra o abuso de poder.

### ***Instituições de Apoio e Centros de Formações Gratuitos***

As entrevistadas lamentaram a inexistência de centros de formações gratuitos, instituição de apoio e fomento, ou qualquer outro tipo de iniciativa do governo e do Estado que auxiliem a mulher a desenvolver suas ideias para iniciar, formalizar ou expandir o seu negócio. Estudos recentes (e.g., Naguib, 2024; Simarasl et al., 2024) argumentam que iniciativas que buscam diminuir as restrições enfrentadas por mulheres empresárias são responsabilidade dos governos, em colaboração com a sociedade e o setor privado. Iniciativas públicas direcionadas às mulheres, como obter subsídios financeiros, assistência empresarial e treinamento sobre a criação e manutenção do negócio também são essenciais para ultrapassar barreiras potencialmente compelidas ao empreendedorismo feminino (e.g., Rametse e Huq, 2015; Okolo-Obasi e Uduji, 2024).

Todas as empresárias expressaram que centros de formações e acesso a cursos gratuitos podem contribuir para o avanço do empreendedorismo feminino em Moçambique. Conforme referido pelas entrevistadas 3, 13 e 18, a seguir, é fundamental desenvolver competências empreendedoras em mulheres empresárias através de formações e treinamentos adaptados às suas necessidades específicas (Naguib, 2024). Este autor também destacou no seu estudo em Marrocos, a importância de incluir na educação empreendedora das mulheres, perspectivas éticas e de género dentro de uma estrutura integrativa.

*“Este tem sido o nosso maior desafio: receber conhecimento adequado para desenvolvermos um negócio, pois quando não há oportunidades para a mulher, é difícil ela conseguir desenvolver alguma atividade (...) aqui não temos centro de formação gratuito e os privados são caros, o que se torna uma grande barreira para o empreendedorismo feminino em Moçambique” (Ent-03).*

*“Havia o centro de formação Andaluçia que tinha curso com parte teórica e a parte prática no ramo da alimentação e isso acabava capacitando os formandos a fazerem realmente o negócio acontecer (...) Por isso, se pudéssemos ter centro de formações, as pessoas seriam capacitadas a desenvolver um negócio muito mais viável” (Ent-13).*

*“Aqui em Moçambique havia essas instituições privadas, que iam atrás de meninas pobres ou com HIV para incentivá-las a terem seu próprio negócio (...) davam máquinas de costura, tecidos, ensinavam a costurar (...) ou davam material para fazer bolo e ensinavam a cozinhar. Mas, devido a esse problema que está acontecendo nos Estados Unidos, barraram essa ajuda” (Ent-18).*

Face à estes testemunhos, uma política governamental de apoio às mulheres empresárias, que inclua uma infraestrutura legal e comercial mínima, uma cultura normativa pode contribuir significativamente para minimizar as barreiras ao empreendedorismo feminino (e.g.; Naguib, 2024; Simarasl et al., 2024). Ao que concerne aos desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, originados pela ausência ou insuficiência de apoio institucional, destacam-se a falta de programas de capacitação e treinamento, obstáculos relacionados ao acesso ao crédito, bem como restrições políticas e legais (e.g., Rametse e Huq, 2015; Naguib, 2024; Okolo-Obasi e Uduji, 2024).

## **Burocracia**

A “*Burocracia*” também foi avaliada como uma das principais barreiras enfrentadas pelas mulheres empresárias em Moçambique, conforme elucidado pela maioria das entrevistadas, citando-se como exemplo, as entrevistadas 1 e 11, a seguir. De acordo com Manolopoulos et al. (2018), a burocracia desacelera as operações e negócios, principalmente as atividades das PMEs e também enfraquece a execução de atividades de exportação/importação, independente da dimensão da empresa (Zang e Basha, 2023).

*“A maior dificuldade para nós, empresárias moçambicanas, é o processo burocrático na criação de nossa empresa, porque há uma certa exigência de documentos para tratar do registro e leva muito tempo e dinheiro; e se tu não tiveres paciência, tu acabas por desistir da ideia”* (Ent-01). A “burocracia regulatória” é descrita como procedimentos formais que regem as atividades nas relações interorganizacionais (Zang e Basha, 2023). Scuotto et al. (2020) adotaram o termo burocracia tediosa para designar situações que as empresas enfrentam ao realizar processos administrativos, como por exemplo lidar com órgãos públicos, cumprir políticas e regulamentações rígidas.

*“O impacto negativo da economia e da política do nosso país é muito pior para o negócio da mulher, por causa da burocracia e dos impostos; eles pedem muito dinheiro para legalizar uma empresa e depois da empresa formalizada, os impostos levam toda tua receita das vendas e não sobra nada para investir no negócio”* (Ent-11). Cao et al. (2023) argumentam que a burocracia e outras fricções governamentais podem distorcer os preços dos produtos, serviços e insumos, tornando as operações comerciais mais onerosas; então, para mitigar os efeitos da burocracia nos negócios, as interações dos empresários com o governo e instituições tendem a incluir o pagamento de subornos e propinas.

Apesar de aparentemente não haver diferenciação de tratamento entre empresários homens e empresárias mulheres, em termos de facilidades nos processos burocráticos, a burocracia é um fator limitador do crescimento dos negócios, conforme comentário da entrevistada 17:

*“Normalmente a dificuldade é a mesma para os empreendedores, tanto homens quanto mulheres; sempre tem muita burocracia, muita documentação, lentidão no processo para a legalizar a empresa, eles complicam muito” (Ent-17).*

Em conformidade com Cao et al. (2023), para mensurar o peso da burocracia sobre uma empresa, deve-se considerar o tempo dedicado a tratar dos requisitos exigidos pelas regulamentações institucionais, montantes gastos com o pagamento de subornos a funcionários públicos ou privados, para realizar tarefas relacionadas a processos, licenças, impostos e outros serviços em geral. Deste modo, com base no autor e nas declarações das entrevistadas, é razoável afirmar que o excesso de burocracia exerce um impacto negativo na performance dos negócios das mulheres, afetando seriamente o avanço do empreendedorismo feminino no país.

### **Legislação**

A Legislação Empresarial é um conjunto de leis e normas que regulam as atividades empresariais e comerciais num determinado país, visando garantir a segurança jurídica e a ordem nas relações entre empresas. Estado, consumidores, parceiros comerciais e demais partes envolvidas podem incluir uma série de exigências legais e burocracias, abrangendo aspetos como a constituição de empresas, propriedade intelectual, contratos, direitos do consumidor, entre outros (Hartog et al., 2010). A legislação empresarial tende a variar significativamente de um país para outro, refletindo as diversidades e particularidades culturais, sociais e económicas de cada país (Salinas et al., 2019).

Apesar das empresárias reconhecerem a importância de uma legislação para promover o empreendedorismo feminino em Moçambique ou que auxilie a mulher a impulsionar o seu negócio, por unanimidade, todas afirmaram não conhecer nenhuma lei específica para esta finalidade no país, como pode ser confirmado pelo comentário da entrevistada 14: *“Eu creio que uma lei faria as mulheres receberem mais oportunidades e poder ajudar na família e também na sociedade; se houvesse uma lei que favorecesse o empreendedorismo feminino, elas iriam receber com muita garra, pois elas estão se levantando para o trabalho e para os negócios” (Ent-02).*

Segundo Salinas et al. (2019), para que o empreendedorismo se desenvolva num país, os estados de direito devem funcionar de forma eficaz, onde as leis devem ser claramente definidas, especificadas e aplicadas. Nestas condições, os cidadãos estão dispostos a aceitar e cumprir as leis determinadas pelo sistema civil e de justiça implementadas pelo governo e pelas instituições e autoridades reguladoras, pois consideram a legislação clara, justa e que proporciona um ambiente de negócios favorável e apoiado pela proteção dos direitos legais (Gomez, 2016).

Contudo, no país existe uma lei voltada para assistência à mulher, de um modo geral, como mencionado pelas entrevistadas 2 e 5: *“Eu não conheço nenhuma legislação; aqui nós temos alguns centros que tem trazido as leis para as mulheres, mas acabam não sendo aplicadas nos ramos de negócios”* (Ent-02) ... *“Em Moçambique não há nenhuma legislação específica para a empresária mulher; tem-se algo, por exemplo, um certo apoio à maternidade, mas não neste contexto de empresária”* (Ent-05).

No entanto, existem leis ligadas aos negócios de um modo geral, como citado pelas entrevistadas 7 e 12, a seguir. Para Gomez et al. (2016), a legislação empresarial, quando composta por leis específicas bem definidas, claras e que sejam cumpridas, é crucial para os empreendedores incentivarem as atividades empresariais, pois fornece um quadro legal que estabelece limites, proteção e cumprimento dos direitos e deveres de todos os envolvidos nas relações comerciais, garantindo uma negociação efetiva, legal e com resultados satisfatórios numa transação comercial (Salinas, et al. 2019).

*“Há algumas leis voltadas para PMEs e para apoiar pequenos projetos, mas aqui não há nenhuma lei para a mulher empresária”* (Ent-07).

*“E quanto à legislação que favorece a mulher nos negócios, não conheço nenhuma; acho que existe a uma que favorece somente os empreendedores em geral”* (Ent-09).

Com base nessas evidências, as entrevistadas demonstraram conhecimento a respeito de leis, que na teoria pregam a igualdade de direitos entre os gêneros, mas que na prática ainda não, como exemplificado pela entrevistada 4: *“Tem se falado de igualdade de gênero, mas na prática ainda estamos muito longe de chegarmos até essa igualdade, mas, existem documentos com leis já feitas que na prática ainda não se fez uso”* (Ent-04).

Hartog et al. (2010) argumentam que leis desfavoráveis e excesso de regulamentação sufocam o empreendedorismo, pois “desequilibram a balança” entre os diferentes tipos de empresas. Neste cenário, as grandes empresas conseguem responder mais facilmente à legislação e muitas vezes até manipulá-las a seu favor. Gomez (2016) afirma que a estrutura jurídica e a qualidade das instituições jurídicas de um país desempenham um papel fundamental para estimular o seu crescimento e desenvolvimento sócio-económico. O autor acrescenta que o ambiente jurídico influencia fortemente nas atividades empresariais, visto que os investidores procuram locais onde haja clareza, objetividade e cumprimento dos contratos.

## ***Políticas Públicas***

As empresárias mencionaram haver políticas públicas direcionadas à assistência social em grupos específicos da sociedade, como por exemplo, habitantes de zonas rurais e jovens que estão a entrar no mercado de trabalho. Conforme referido pelas entrevistas 1 e 9:

*“Existem programas sociais do Estado que ajudam mulheres no financiamento, através de apoios destinados às zonas rurais que concedem empréstimos até um certo valor para elas poderem desenvolver o seu negócio de agricultura ou outras atividades rurais” (Ent-01).*

*“Existe um instituto profissional do governo onde há cursos grátis que capacitam jovens em certas condições para se preparem para o mercado de trabalho e também para criarem seu próprio negócio. Mas, são projetos e iniciativas patrocinadas por instituições não governamentais estrangeiras como de holandeses ou americanos” (Ent-09).*

Este problema é confirmado por estudos anteriores (e.g., Welsh et al. 2013; Naguib, 2024). Estes autores observaram que poucas diretivas e investimentos de políticas públicas dos países africanos foram dedicados às mulheres empreendedoras. Portanto, dado o seu papel como catalisador nas competências empreendedoras das mulheres, a criação e acessibilidade de programas de mentoria e formações devem ser medidas cruciais e urgentes para o avanço do empreendedorismo feminino em Moçambique.

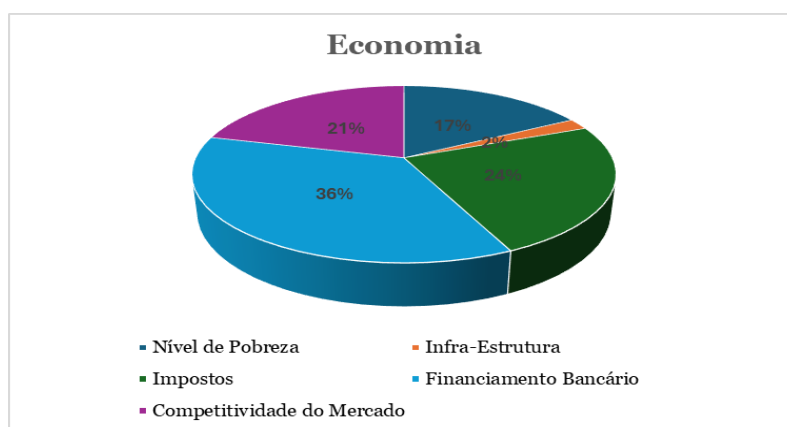
Apesar de reconhecerem o quanto seria relevante a existência e aplicabilidade de medidas governamentais que incentivassem as mulheres a empreender, as empresárias demonstraram desconhecer ou não ter informações acerca de políticas públicas voltadas especificamente para apoiar o empreendedorismo feminino no país, conforme aludido pela entrevistada 17: *“Aqui não há (...) Normalmente as mulheres africanas têm poucas oportunidades. Esse tipo de iniciativa pública é muito importante e iria ajudar bastante a mulher a desenvolver seu negócio, faltam oportunidades e meios para realizar” (Ent-17).*

Para Naguib (2024), a importância em implementar políticas públicas em países africanos, para enfrentar os obstáculos institucionais enfrentados por mulheres empresárias, principalmente voltadas para formações, treinamento, mentoria e outras atividades de capacitação, são cruciais. Manzanera-Ruiz et al. (2022) complementaram ao dizer que as políticas destinadas a apoiar mulheres empresárias devem oferecer mais oportunidades e incluir programas de formação empresarial, pois estes mecanismos ajudarão a melhorar suas competências empreendedoras.

### 4.1.2 Economia

No que diz respeito ao contexto económico de Moçambique, buscou-se entender se a “Economia” revela-se favorável ou desafiadora ao empreendedorismo feminino no país e como esta dimensão tende a impactar no negócio da mulher moçambicana. O gráfico 4 a seguir, faz uma ilustração deste fator.

**Gráfico 4: Fator Político-Económico (contexto económico)**



**Fonte:** Elaboração própria.

Com base nas codificações do NVivo e considerando as declarações das entrevistadas, foi evidenciado, no que diz respeito ao fator político-económico, que o “*Financiamento Bancário*” revelou-se com 36%, como o maior desafio ao empreendedorismo feminino em Moçambique, seguido dos “*Impostos*” com 24%; “*Competitividade do Mercado*”, com 21%; e “*Nível de Pobreza*”, com 17%. Enquanto que o aspecto menos impactante foi a “*Infra-Estrutura*”, com 2% das citações.

Vale ressaltar que, na visão da entrevistada 7, o panorama geral da economia moçambicana não se encontra favorável à sobrevivência e desenvolvimento do empreendimento feminino no país: “*Apesar de meu negócio estar bem, a economia de Moçambique está um horror, estamos a sobreviver na base do “hoje”, eu tenho hoje e vou comer hoje, amanhã vamos ver*” (Ent-07).

#### ***Financiamento Bancário***

Em Moçambique, tal como referido pelas entrevistadas 8 e 18, as dificuldades em aceder a empréstimos bancários estão associadas às altas taxas de juros e à falta de financiamentos ou investimentos por parte dos bancos públicos ou outras instituições financeiras públicas aos negócios de um modo geral, especialmente para microemprendimentos, independente do

gênero do empresário, ou à negócios de mulheres, em especial. Este resultado vai de encontro aos estudos realizados em toda a África Subsariana (Trujano e Phiri, 2022) e em países do MENA (Berguida e Adair, 2022), onde apenas um percentual muito baixo de empresárias mulheres tiveram acesso a financiamentos bancários, por motivos similares.

*“Não há facilidade num empréstimo para as empresárias, como por exemplo, devolverem com taxas reduzidas de juros; pelo contrário, há taxas elevadas e isso prejudica, porque você quer investir num microempreendimento”* (Ent-08).

*“Isso é um dos fatores que mais enfraquece o empreendedorismo feminino no país, porque há mulheres que têm boas ideias e projetos, mas não começam o negócio por falta de capital inicial, pois não conseguem empréstimos bancários ou os projetos não são aprovados”* (Ent-18).

Em Moçambique, no que concerne ao financiamento bancário as empresárias não perceberam diferença, pelo fato de serem mulheres, nas exigências de bancos e instituições financeiras para conceder empréstimos, uma vez que a concessão ocorre mediante às garantias apresentadas, situação de trabalho formal, de documentos exigidos e posse de ativos necessários para o pagamento dessa dívida a ser adquirida junto às entidades financiadoras; conforme referido pelas entrevistadas 1 e 4, a seguir. Estas evidências contrariam resultados de estudos anteriores, nos quais as perspectivas de gênero foram evidenciadas como obstáculos que desfavorecem mulheres empresárias africanas a acederem à empréstimos bancários (Berguida e Adair, 2022; Trujano e Phiri, 2022).

*“Quanto aos empréstimos bancários, não há nenhuma diferença entre homens e mulheres. Isso depende do ramo de atividade que a mulher está a desempenhar, porque quanto tu vais ao banco existe uma série de documentação que é exigida.”* (Ent-01).

*“Desde que tenham garantias, o tratamento é igual (...) alguns bancos dão empréstimos para quem apresentar garantias, como uma casa, um carro; pois se tu não pagares, eles vão lá e tomam. E, se a mulher reunir as condições e requisitos que a instituição bancária exige, é concedido o empréstimo. Embora as mulheres acabem sofrendo assédio sexual quando vão às caixas bancárias”* (Ent-04).

A situação fica ainda mais complicada para as mulheres que estão no mercado informal, conforme referido pelas entrevistadas 6 e 15:

*“Agora estão a surgir esses pequenos financiadores, que concedem microcréditos e microfinanciamentos com valores um pouco mais baixo, para homens e para mulheres. Esse tipo de empréstimo ajuda muito aquelas empresárias que estão a desenvolver um negócio informal e não têm um emprego fixo”* (Ent-06).

*“Muitas mulheres que iniciam um negócio informal preferem começar sozinhas com fundos próprios, juntando dinheiro ou emprestando dos conhecidos e familiares, ou recorrem à empréstimos de empresas de microcrédito; porque os bancos preferem emprestar dinheiro aos funcionários públicos, pois direta ou indiretamente o dinheiro será abatido do seu salário todos os meses”.* (Ent-15).

Segundo Vieitez-Cerdeño et al., (2023), devido aos impedimentos em conseguir empréstimos bancários, muitas empresárias acabam por recorrer aos amigos e familiares ou obtê-los de maneira alternativa por associações de poupança e crédito rotativas. Neste contexto, os resultados deste estudo mostram similaridades às investigações de Manzanera-Ruiz et al (2022), em países da África Subsaariana, onde as mulheres são mais propensas a recorrer a seus familiares e amigos para adquirirem empréstimos do que recorrer a instituições financeiras formais, pois estas impõem uma série de exigências para a concessão de financiamentos.

### ***Impostos***

Os “Impostos” também podem constituir um fator limitador do avanço do empreendedorismo feminino em Moçambique, segundo sublinhado pela entrevistada 3: *“As taxas e impostos são muito elevados; isso acaba influenciando no lucro, assim um pequeno negócio não fica viável”* (Ent-10). Resultados semelhantes foram evidenciados por Naguib (2024), onde os impostos e o sistema tributário marroquino, devido à qualidade dos serviços prestados e à complexidade dos procedimentos, são grandes obstáculos enfrentados pelos empreendedores do país.

A entrevistada 10 ressalta o agravamento da situação quando o negócio é informal: *“Aqui até nos negócios informais, como uma barraca na feira se paga, temos que pagar impostos que são muito elevados (...) o município e a polícia ficam com todo o teu dinheiro da venda”* (Ent-03). O mesmo foi observado nos estudos de Vieitez-Cerdeño et al. (2023), no qual entrevistadas ugandenses reclamaram repetidamente sobre o pagamento de impostos, pois além de nenhum lucro real ser obtido após tantas taxas cobradas, nenhuma proteção social é derivada do pagamento de impostos.

### ***Competitividade do Mercado***

A definição de competitividade adotada por Herman (2018) foi a definida pelo Fórum Económico Mundial (FEM), ou seja: *“um conjunto de fatores, políticas e instituições que determinam o nível de produtividade de um país, considerando o seu nível de desenvolvimento”* (FEM, 2014, p.7). A competitividade nacional é composta por fatores essenciais como a inovação e o empreendedorismo (Hult et al, 2003), sendo ainda

influenciada por outros fatores que afetam a competitividade de diferentes formas, dependendo do nível de desenvolvimento da economia do país, tais como: ambiente macroeconómico, instituições, saúde, educação, infraestrutura, tecnologia, tamanho do mercado, nível de desenvolvimento e eficiência do mercados de trabalho, bens e financeiro (Herman, 2018). Conforme Del-Aguila-Arcentales et al. (2022), a competitividade é um requisito que garante a continuidade dos esforços direcionados ao empreendedorismo num país, sendo que nos mercados mais competitivos, o Estado exerce um papel relevante para estabelecer e limitar a competitividade dos produtos e serviços.

No que se refere à “*Competitividade do Mercado*”, ficou evidenciado pela declaração das empresárias que há mais competição das mulheres entre si, do que a competitividade do mercado em geral, como observado nas falas das entrevistadas 5 e 9:

*“Para manter um negócio, precisa de firmeza, pois existe muita concorrência (...) e aqui nós temos dois problemas: primeiro, as pessoas não gostam de pagar o valor exato do teu serviço ou produto; e segundo, quando uma mulher começa um negócio, as outras não criam algo novo ou diferente, elas apenas copiam a tua ideia e imitam o teu negócio, não sei se isso é inveja, mas uma mulher sempre quer ser melhor que a outra”* (Ent-05). Esta narrativa vai ao encontro dos resultados de Del-Aguila-Arcentales et al. (2022), para os quais a inovação desempenha um papel relevante para impulsionar o empreendedorismo, pois estimula o aumento da competitividade do mercado, permitindo a formulação de soluções inovadoras para problemas habituais, o que pode proporcionar mudanças significativas na produção e no consumo, obrigando os empreendedores(as) a reduzirem sua mão de obra e minimizarem seus custos para se manterem competitivas no mercado. Veiga et al. (2020) defendem que a competitividade, obriga os empreendedores a se esforçarem para perceber os desafios do mercado e desenvolver a capacidade de utilizar os recursos que dispõe de modo sustentável, visando gerar bons resultados financeiros para seus negócios e, ao mesmo tempo, atender às necessidades e expectativas de seus clientes.

*“Os homens, por acharem que eles são superiores, sempre acham que a mulher nunca vai chegar a ultrapassá-los; então, eles não entram em competição com uma mulher. Já as mulheres são mais competitivas entre si, por isso uma mulher tenta superar a outra”* (Ent-09). O relato da entrevistada, no que se refere à competitividade entre empresários(as) homens e mulheres, vai ao encontro à Bardasi et al. (2007). Estes autores argumentam que o potencial económico das mulheres é imensamente prejudicado, tanto como empresárias, quanto como trabalhadoras, quando existem barreiras relacionadas ao género; por isso, é importante considerar a valorização das questões de género quando se trata de estratégias para melhorar a competitividade em África. Este relato referente à competitividade entre as empresárias

mulheres, remete a Del-Aguila-Arcentales et al. (2022), onde levantam o conceito de mulheres empoderadas economicamente como uma forma de impulsionar os países em direção a uma maior competitividade de mercado, por meio do empreendedorismo.

De acordo com Bardasi et al. (2007), existem três razões pelas quais o género funciona como uma maneira significativa de promover o empreendedorismo africano; primeiro, as mulheres são atores fundamentais no setor privado, particularmente, nos negócios informais e na agricultura; segundo, as barreiras institucionais e legais em África têm impacto negativo no desenvolvimento empresarial, na produtividade, afetando a competitividade das empresas de mulheres e homens de forma diferente, sendo esta mais desfavorável ao empreendedorismo feminino, uma vez que prejudica a propensão das mulheres empresárias de formalizar e expandir seus negócios, aumentar a produtividade e criar empregos; terceiro, as disparidades geradas pelas questões de género, não apenas prejudicam as mulheres empresárias, mas também funcionam como uma barreira significativamente limitadora ao empreendedorismo feminino, reduzindo, desse modo, o potencial de desenvolvimento do país como um todo.

A literatura revela que alavancar o empreendedorismo feminino é uma estratégia indispensável para fomentar o potencial produtivo em África e impulsionar o crescimento económico do continente (Hult et al. 2013), sendo necessário, contudo, minimizar as barreiras de género impostas ao empreendedorismo geral e promover uma competitividade do mercado mais equilibrada com a participação em conjunto e igualitária, de empresários(as) homens e mulheres no desenvolvimento do setor privado africano.

### ***Nível de Pobreza***

O elevado nível de pobreza em Moçambique foi apontado como um dos fatores económicos com maior impacto negativo em todo empreendedorismo do país e não somente o das mulheres. Nesse panorama, segundo as narrativas das entrevistadas 9 e 15, abaixo, Moçambique assemelha-se à África do Sul, onde o empreendedorismo feminino e empreendedorismo jovem são uma das soluções para o desemprego e a pobreza em países em desenvolvimento (Fatoki, 2014; Sharma e Madan 2014).

*“Aqui em Moçambique estão começando a promover que as pessoas sejam empreendedoras, devido à falta de empregos que eleva ainda mais o nível de pobreza no país”. (Ent-09)*

*“Infelizmente, devido à pobreza e ao desemprego, estamos enfrentando uma grande tristeza em Moçambique: os jovens estão se afogando em bebida alcólica devido à desocupação, pressão pela falta de trabalho e falta de dinheiro. Há muitos profissionais qualificados e diferenciados, que já são licenciados, mestres e até doutores, mas que estão desempregados.” (Ent-15).*

Ainda, devido à falta de oportunidade no mercado de trabalho e ao elevado nível de pobreza, está ocorrendo um considerável aumento de negócios femininos em Moçambique, onde as mulheres estão a ser impelidas a empreender como uma forma de fugir do desemprego ou aumentar a renda familiar. Este resultado está em concordância com Vieitez-Cerdeño et al. (2023). Estes autores afirmam que muitas mulheres começam seus negócios com vendas de modo informal e pela necessidade de sustentar suas casas e alimentar seus filhos.

Sendo, ainda, conotado pelas próprias entrevistadas (6 e 8) que na generalidade dos casos, o empreendedorismo em Moçambique é motivado por necessidade e não por oportunidade, tal qual ocorre em muitos outros países africanos. Diversos autores (e.g. Williams et al., 2017; Huang et al.; 2023) argumentam que lacunas em instituições formais podem compelir os cidadãos a iniciar um negócio informal, suscitados pelo empreendedorismo de necessidade como uma opção de sobrevivência. Assim, os relatos das empresárias testemunham que a probabilidade de que o empreendedorismo feminino seja motivado pela necessidade é maior em países com elevado nível de pobreza (Naguib, 2024).

*“São tantas as circunstâncias que fazem, nós mulheres, parar de estudar para ir em busca de sobrevivência; então, para fugir do desemprego e sustentar a nós mesmas e nossa família, a única opção é iniciar um negócio informal com vendas” (Ent-06).*

*Há muitas mulheres moçambicanas instruídas e formadas, que fizeram licenciatura ou mestrado, e não empreendem no ramo daquilo que estudaram; então, elas acabam iniciando um pequeno negócio, na maioria informal, como salão, lojas, boutiques, talhos e confeitaria por falta de oportunidade e falta de emprego” (Ent-08).*

A análise do relato da entrevistada 11, a seguir, reforça ainda concepção pejorativa, porém evidenciada, de que o empreendedorismo por necessidade e os negócios informais correspondem, na maior parte, ao empreendedorismo feminino dos países em desenvolvimento (Poggesi et al., 2016; Naguib, 2024). Trata-se de uma realidade presente em diversos países africanos, como pode ser observado em estudos anteriores (Fatoki, 2014; Sharma e Madan, 2014).

*“O maior fator negativo é a própria pobreza do nosso país, por isso o empreendedorismo feminino em Moçambique é mais uma maneira das mulheres ajudarem no sustento de suas famílias, porque o custo de vida aqui é muito caro (...) em qualquer parte do país, sempre vai ter uma banca ou uma mesinha ou uma barraca, mesmo que seja na frente da casa, com mulheres vendendo alguma coisa para poder alimentar os filhos” (Ent-11).*

Segundo Poggesi et al. (2016), a proporção de empreendedorismo por necessidade é maior em países em desenvolvimento, onde o contexto económico é desfavorável e o principal motivo

das mulheres de iniciar um negócio é a sobrevivência. Nota-se que o empreendedorismo feminino em Marrocos, apesar de ser um país de baixa renda, é mais motivado pela oportunidade do que pela necessidade, visto que as mulheres marroquinas parecem aproveitar a oportunidade de empreender como garantia de gerir seu próprio emprego, bem como melhorar sua renda ou melhorar a sua situação financeira (Naguib, 2024).

Assim, entende-se que o nível de pobreza é um fator limitador pois diminui o poder aquisitivo; e também um facilitador, pois devido ao desemprego, aumenta o empreendedorismo, na maioria das vezes informal.

### ***Infra-Estruturas***

A “*Infra-estrutura*”, como salientado pelas entrevistadas 4 e 5, a seguir, emergiram também como um obstáculo à expansão e crescimento dos negócios de mulheres em Moçambique.

*“Essa instabilidade política em Moçambique trouxe pesadelos a qualquer empresário (...) mas eu, particularmente fui grandemente afetada, pois isso me trouxe situações, como por exemplo, bloqueios nas estradas que não permitiam circular o produto e abastecer meus clientes”* (Ent-5).

*“As estradas estão danificadas e tem roubos, somente uma multinacional consegue fazer expansão de negócios ou criar filiais em Moçambique”* (Ent-04).

Tal resultado, foi encontrado nos estudos de Adom et al. (2018), onde em muitos países africanos como Nigéria, Mali, Etiópia, Gana e Uganda, as baixas condições econômicas, infraestruturas precária, religião e desigualdade de género, diminuem as chances de sobrevivência ou crescimento dos negócios das mulheres.

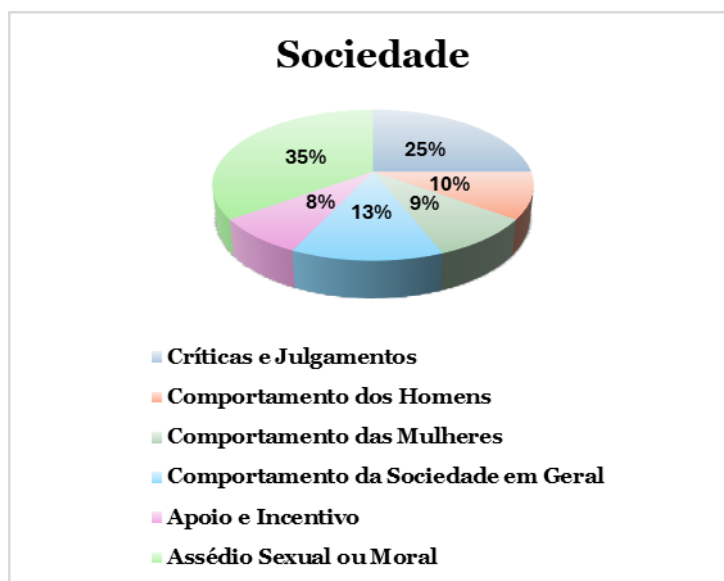
## **4.2 Fatores Sócio-Culturais**

Nos Fatores Sócio-Culturais, procurou-se compreender como a sociedade e a cultura moçambicana influenciam a inserção da mulher no mundo dos negócios e como pode condicionar o empreendedorismo feminino no país. Cabe ressaltar que, pela análise dos resultados, todos os aspectos e dimensões referentes a este fator abordados neste estudo, tendo como base os relatos das participantes das pesquisa, ficou conotado que tanto as barreiras impostas ao empreendedorismo feminino, quanto os obstáculos enfrentados pelas empresárias moçambicanas, relativamente inseridas no contexto social e cenário cultural estão, de alguma maneira, relacionados aos estereótipos de género.

### 4.2.1 Sociedade

Pela análise das entrevistas, buscou-se perceber como a sociedade moçambicana está recepcionando o avanço do empreendedorismo feminino no país, bem como a mulher empresária é vista e recebida pela sociedade. O gráfico 5 a seguir, faz uma ilustração desse aspecto.

**Gráfico 5: Fator Sócio-Cultural (cenário da sociedade)**



**Fonte:** Elaboração própria.

Com base nas codificações do NVivo e considerando as declarações das entrevistadas, foi evidenciado em relação ao contexto da sociedade, o “*Assédio Sexual ou Moral*” confirmou-se, com 35%, como o maior desafio ao empreendedorismo feminino em Mocambique, seguido de “*Críticas e Julgamentos*” com 25%; “*Comportamento da Sociedade em Geral*”, com 13%; e “*Comportamento dos Homens*”, com 10%. Os aspectos menos impactantes foram “*Comportamento das Mulheres*” e “*Apoio e Incentivo*”, com 9% e 8%, respectivamente.

#### ***Assédio Sexual e Moral***

O aspecto da sociedade que lamentavelmente se configurou como maior obstáculo enfrentado pelas empreendedoras foi o “*Assédio Sexual e Moral*”, sendo que todas as entrevistadas relataram já ter enfrentado algum momento ou situação de assédio; conforme esclarecido pelas entrevistadas 6 e 9:

*“Eles fazem isso com toda mulher e em todo tipo de negócio e trabalho; o pior é quando a mulher está no seu trabalho mesmo, porque o assédio está em primeiro lugar. Dizem que existe uma lei que*

*protege a mulher, mas isso não é verdade, pois em Moçambique, o que mais existe é assédio sexual”* (Ent-06).

*“As meninas sofrem muito assédio quando vão atrás de emprego, os homens que fazem as entrevistas ou que contratam dizem que “para tu conseguires trabalhar aqui, tu tens que dormir comigo” e há mulheres que acabam a se deixar levar pela necessidade ou vontade, e o assédio é aceito ali”* (Ent-09).

As barreiras de género influenciam fortemente os cenários políticos e económicos e exercem um poder opressor sobre cenários culturais e familiares que diferem entre sociedades (Selamat e Endut 2020). Neste contexto, as mulheres são mais vulneráveis à pobreza, discriminação, violência, exploração e subjugação em países em desenvolvimento que possuem estruturas patriarcais e regimes políticos rígidos e ditatoriais ou que estão unificados às doutrinas religiosas (Yunis et al., 2019; Tlaiss e McAdam 2021; Ibáñez e Guerrero, 2022). Este quadro agrava-se ainda mais para mulheres que possuem um negócio informal, principalmente em ambientes como feiras, ruas ou mercados públicos, conforme descrito pelas entrevistadas 10 e 11:

*“Há certos clientes homens que acham que porque você vende seus produtos na feira, precisas de dinheiro e que eles facilmente podem se aproveitar, porque eles acham que a mulher está vulnerável ali para outras trocas e outros favores”* (Ent-10).

*“Eu acho que isso vai de acordo com o tipo de atividade que a mulher exerce; se a mulher sair e ficar em barraca nas ruas, já é um pouco complicado, porque ela está mais exposta. Porque, lá tem todo tipo de homens e é lógico que ela vai sofrer assédio. No meu caso, eu trabalho a partir de casa e eu vendo meus bolos e quitutes em casa, eu só saí para fazer uma entrega, por isso minha exposição é menor e eu estou mais protegida”* (Ent-11).

### ***Críticas e Julgamentos***

No que diz respeito às “*Críticas e Julgamentos*”, estes foram atestados como um persistente e contínuo desafio enfrentado pelas mulheres empresárias, conforme testemunhado pela entrevistada 6: “*Quando meu marido me deixou e eu tive que ir para a feira vender na barraca, eu fui muito julgada por todos; deram-me “nomes feios” e o mal aproveitamento das crianças na escola recaiu sobre mim*” (Ent-06). Tal situação também foi evidenciada por Steel (2021), no qual as mulheres que vendiam produtos nas ruas e mercados públicos de Cartum, no Sudão, geralmente eram criticadas por não estarem em casa a cuidar dos filhos, comprometendo assim, sua reputação como “muçulmanas heterossexuais”, “mães responsáveis” e “boas donas de casa”.

Receber julgamentos é uma constante nos atributos da mulher moçambicana, principalmente da que possui um negócio informal, conforme relatado pela entrevistada 3: *“Acham que eu vendo bolos, porque não consegui trabalho, como se ter um negócio e ser empreendedora não fosse ter um trabalho. Eu ganho tanto dinheiro com meu negócio quanto se eu estivesse trabalhando numa firma; e ainda posso ganhar mais, se o meu negócio crescer”* (Ent-03).

Muitos desses julgamentos vêm das próprias mulheres, como citado pela entrevistada 15: *“A sociedade não incentiva, ela só julga e critica: “ela não vai conseguir”; mas quando a mulher consegue dizem: “esse negócio é para tapar as vistas, porque o dinheiro vem de homens mais velhos ou casados” (...) esse tipo de comentários que desmotivam a empreendedora (...) “o pior de tudo que as críticas e julgamentos não vem só dos homens, mas também das próprias mulheres, nós julgamos muito a outra mulher em vez de apoiarmos umas às outras”* (Ent-15).

Todavia, é cabível destacar que essa visão negativa compelida ao empreendedorismo feminino, ainda está muito relacionado ao alto nível de desemprego nos países africanos (e.g., Ashaley-Nikoi e Abbey, 2023; Naguib, 2024), bem como a um reflexo do estereótipo de género intrínseco nas sociedades, como um todo, e que tende a repercutir-se no mundo dos negócios, em particular (Ibáñez e Guerrero, 2022).

### ***Comportamento da Sociedade***

No que diz respeito à aplicabilidade das teorias voltadas para as perspectivas de género numa conjuntura empresarial (Franco e Piceti, 2020; Franco et al. 2023), o contexto sócio-cultural moçambicano perante ao avanço do empreendedorismo feminino no país, as informações fornecidas pelas participantes deste estudo foram analisadas sob duas concepções: uma para perceber a percepção das empresárias sobre a visão da sociedade moçambicana sobre o empreendedorismo feminino; e, a outra, para capturar a percepção dos entrevistadas em relação à conduta dos homens e das mulheres relativamente a esta temática.

Para este fator, a opinião das entrevistadas ficou dividida. Por um lado, a maioria das empresárias acredita que em Moçambique há uma sociedade tradicional, permanecendo ainda uma questão de género, devido ao preconceito pelo fato da mulher criar e dirigir seu próprio negócio e também uma visão negativa sobre o crescimento do empreendedorismo no país. Esta situação está também evidenciada por estudos noutros países africanos (e.g., Yunis et al., 2019; Naguib, 2024; Ibáñez e Guerrero, 2022).

Neste sentido, a entrevistada 8 destacou que: *“a sociedade, de um modo geral, considera o papel da mulher apenas como de dona-de-casa, cuidar dos filhos, do marido e das tarefas domésticas, porque as mulheres não podem ser iguais aos homens e nem ganhar mais do que eles”* (Ent-08). Este

testemunho demonstra uma visão ainda muito conservadora sobre o papel tradicionalmente conferido às mulheres (e.g., Szymanska e Rubin, 2018; Franco e Piceti, 2020).

As entrevistadas 17 e 15, a seguir, reconhecem que ainda existe discriminação e que isso tende a ocasionar diferentes oportunidades para homens e mulheres. Este aspecto significa que, de certo modo, as “explicações” dadas pelo comportamento negativo da sociedade às experiências empreendedoras vivenciadas pela mulher ainda permanecem amplamente enraizadas em perspectivas de gênero focadas em comparações ortodoxas entre os empresários homens e empresárias mulheres (Franco et al., 2023). No entanto, tal abordagem não esclarece como e por que o empreendedorismo em países africanos continua a ser mais definido e mensurado em relação ao prisma dos homens empresários (Monteith e Camfield L., 2019).

*“Realmente nota-se essa diferença, a sociedade, em si, é machista e muitas vezes não olha com bons olhos quando a mulher quer empreender. Então, nesse aspecto, acho que o empreendedorismo feminino acaba ficando em desvantagem”* (Ent-17). A entrevistada 15, no seu discurso reforça que: *“muitas vezes, em Moçambique, a mulher é colocada em segundo lugar, porque os homens estão na frente de tudo. Então, quando a uma mulher começa a aparecer, criam-se aquelas dificuldades e temos aqueles problemas; a mulher tem que ser muito forte mesmo para não desistir do seu negócio”* (Ent-15).

Por outro lado, um pequeno número de empresárias defendem que tem havido uma mudança positiva na sociedade moçambicana, no sentido de valorizar a iniciativa feminina de empreender; conforme descrito por algumas entrevistadas 10, 12 e 14:

*“As coisas estão mudando em Moçambique, as mulheres lutam para conquistar seu espaço e hoje estão mais ativas na sociedade, pois estão a gerar renda para suas famílias e receita ao Estado. Atualmente há homens que já conseguem aplaudir as mulheres empresárias que lutam para colocar o pão na mesa ou para ajudar o seu esposo nas despesas de casa”* (Ent-10).

*“Ultimamente tem havido palestras em Moçambique sobre igualdades de gênero, elevação da mulher e permanência das meninas nas escolas. A tendência é fazer perceber que as mulheres também podem escolher, decidir e manter suas próprias escolhas, que a mulher também precisa de seu espaço na sociedade”* (Ent-12).

*“Atualmente a sociedade já olha as mulheres de uma maneira diferente de antigamente, quando elas não podiam estudar e nem trabalhar, porque elas estão mais dinâmicas, já conseguem prover e por isso há uma certa aceitação do empreendedorismo feminino; muitos aprovam essa iniciativa das mulheres de não querer mais ser dependentes de suas famílias ou dos homens”* (Ent-14).

## ***Comportamento dos Homens***

No fator social relacionado ao “*Comportamento dos Homens*”, questões de gênero (Trauth, 2013) também foram apontadas como um aspecto limitador ao empreendedorismo feminino em Moçambique, conforme destacado pela entrevistada 11: “*Aqui em Moçambique, a sociedade não aceita que uma mulher supere os homens, são essas questões de gênero, como dizem. Então, essa é uma grande dificuldade quando a mulher quer ser empresária, porque ela tem que desempenhar esse papel de ser menos que os homens; e se ela levantar a voz ou reclamar com o marido, logo é falta de respeito, “porque ganhas mais que eu e achas que já podes me falar assim”* (Ent-11). Neste contexto, os diferentes papéis assumidos por homens e mulheres e suas implicações ganham maior relevância na sociedade, quando comparados uns aos outros em amplas situações, como no acesso aos recursos e oportunidades (e.g., Sesan et al., 2019).

As Entrevistadas 4 e 9, a seguir, lamentaram a postura negativa da sociedade e enfatizaram que comparando os(as) empresários(as), homens e mulheres são igualmente competentes. De acordo com Franco et al. (2023), mulheres e homens são por natureza, inerentemente diferentes, apresentando características diferenciadas a seus respectivos gêneros, fazendo com que conduzam seus negócios de maneira distinta. Entretanto, apesar dessas dissemelhanças no gênero, não significa que nos seus negócios, o desempenho das empresárias mulheres seja pior que o desempenho dos empresários homens (Franco et al. 2023).

“*A maior dificuldade para nós empresárias, aqui em Moçambique é que não há essa igualdade de gênero e a sociedade sempre tem aquela tendência de diminuir a mulher: “ela não vai conseguir”, “ela não tem capacidade”. Mas, aquelas que já tentaram, estão a se sair tão bem quanto os homens”* (Ent-04). A entrevistada 9 complementa o discurso afirmando que ambos os gêneros possuem capacidades iguais para criar e gerir seu próprio negócio: “*eu acho que esses pontos que tocam na questão de gênero, onde a mulher é inferiorizada, acontece muito aqui. Isso é preconceito e isso tem que mudar, porque a mulher é tão capaz de empreender quanto o homem”* (Ent-09).

Em contrapartida, a entrevistada 3 acredita que quando uma empresária possui um negócio considerado como “negócio de mulheres”, o preconceito é atenuado pelos homens e pela sociedade de um modo geral: “*meu negócio sofreu pouco preconceito pelos homens, eu acho porque meu ramo de atividade é mais feminino (...) eles acham que vender bolos é coisa de mulheres, então não tem por que me julgar”* (Ent-03). Isto pode ser justificado, pelo fato da discriminação de mulheres estar frequentemente relacionada aos estereótipos de gênero, podendo mudar consoante ao campo de atuação e a cultura dos países (Franco et al. 2023).

## **Comportamento das Mulheres**

Ficou evidenciado pela análise das entrevistas que uma forma das mulheres conquistarem “seu espaço” é por meio do empreendedorismo, como mencionado pela entrevistada 13 e 14, a seguir. Essas afirmações das empresárias moçambicanas está em concordância com os resultados dos estudos de Aleshinloye (2023) que indicaram que o empreendedorismo seria uma oportunidade para as mulheres conquistarem sua emancipação e empoderamento.

*“Nós, dessa nova geração, estamos a optar por independência financeira, em vez de dependermos de nossos familiares em geral”* (Ent-13). Por isso, segundo a entrevistada 4: *“muitas mulheres querem começar a empreender; estudantes querem deixar de ser dependentes de seus pais e esposas querem deixar de depender de seus maridos”* (Ent-04).

Neste sentido, o empreendedorismo exerce uma proeminente tarefa de consciencitização social e na auto-imagem da mulher, como podemos notar na fala das entrevistadas 16 e 1: *“Nós mulheres já temos um longo caminho percorrido, porque estamos a lutar pelos nossos direitos e a tentar conquistar nosso espaço”* (Ent-16). O que é ratificado pela entrevistada 1: *“eu sinto-me orgulhosa de mim, porque de alguma forma eu contribuo para o desenvolvimento do meu país”* (Ent-01). As respostas dessas empresárias estão alinhadas a conclusão de Pandey (2015) de que igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres tendem a ser impulsionados principalmente pelo seu potencial empreendedor.

Contudo, foi ressaltado pelas entrevistadas que a pouca colaboração e exagerada competição entre as mulheres, em todos os sentidos, é um obstáculo proeminente para as empresárias moçambicanas. A entrevistada 9 explica que: *“em Moçambique, também há outro problema: aqui são poucas mulheres que se apoiam, não existe muita comunicação ou colaboração ... é difícil as mulheres colaborarem entre si, porque as mulheres não são unidas”* (Ent-09). A entrevistada 3, compartilha do mesmo ponto de vista: *“existe mais competitividade das empresárias entre si, porque as mulheres competem por tudo e não se apoiam muito (...) os homens se apoiam mais (...) a sociedade tem que melhorar primeiro de mulher para mulher e depois a sociedade como um todo”* (Ent-03).

Em suma, o excesso de competitividade e falta colaboração feminina são um dos muitos desafios que definem as formas de fazer negócios entre as mulheres. Assim independentemente do seu ramo de atividade, há normalmente competição entre as mulheres empreendedoras (Vieitez-Cerdeño et al., 2023).

## ***Apoio e Incentivo Social***

A falta de “*Apoio e Incentivo Social*” são barreiras significativas que impactam negativamente no desempenho e no sucesso da mulher empresária em Moçambique, tal como descrito pelas entrevistadas 5: “*A sociedade moçambicana não incentiva as mulheres a serem empresárias. É preciso um grande esforço da própria mulher, pois ela tem que se levantar com o pouco dinheiro que tiver ou conseguir; ela tem que ser muito forte e ter uma boa gestão, e isto tem sido tanto para começar um negócio, quando para fazer esse negócio sobreviver*” (Ent-06). A entrevistada 5 reforça a importância do apoio e incentivo para a resiliência das empresárias frente às barreiras e desafios enfrentados: “*Nós conseguimos com certeza, mas, para isso acontecer a rede de apoio da mulher tinha que ter uma presença mais forte, porque por mais que a gente queira ou que ache que consiga tudo sozinha, o apoio é muito importante*” (Ent-05).

Por outro lado, como destacado pela entrevistada 19: “*aqui temos a sociedade dividida nesse caso, há aqueles que te apoiam e respeitam teu trabalho; mas, ao mesmo tempo há pessoas que não valorizam a empresária, pois não levam em consideração que tu trabalhas para o teu sustento e o dos teus filhos*” (Ent-19).

O Apoio e Incentivo da sociedade ao empreendedorismo feminino, abrangidos neste estudo, não se trata simplesmente de melhorias jurídicas e econômicas, como as que foram referidas no fator político-económico e que se tornaram-se imprescindíveis devido ao progressivo crescimento no número de negócios de mulheres, para que estes venham a alcançar resultados positivos mensuráveis. Estes apoios permitem expandir horizontes de possibilidade, oportunidades e das próprias perspectivas das mulheres, promovendo transformação social que respeitem ao mesmo tempo os direitos das mulheres e proporcionam o desenvolvimento de seus negócios (Porter et al., 2020).

Este cenário é agravado quando não existem medidas de apoio e melhorias ou um reconhecimento ao esforço das mulheres que possuem um negócio informal, conforme indicado pela entrevistada 3: “*Eu vivo num cenário que as pessoas me criticam muito, porque estou a vender numa barraca na rua; e isso me desmotiva às vezes, porque eu só faço as minhas vendas aqui por não ter outra opção; mas, eu quero melhorar cada vez mais para ter uma estabelecimento formal*” (Ent-03). Para essas empresárias informais, apesar dos negócios de vendas na rua, ou bancas nas feiras e mercados, serem seu meio de sobrevivência, elas sonham e batalham por terem uma loja (Manzanera-Ruiz et al, 2022).

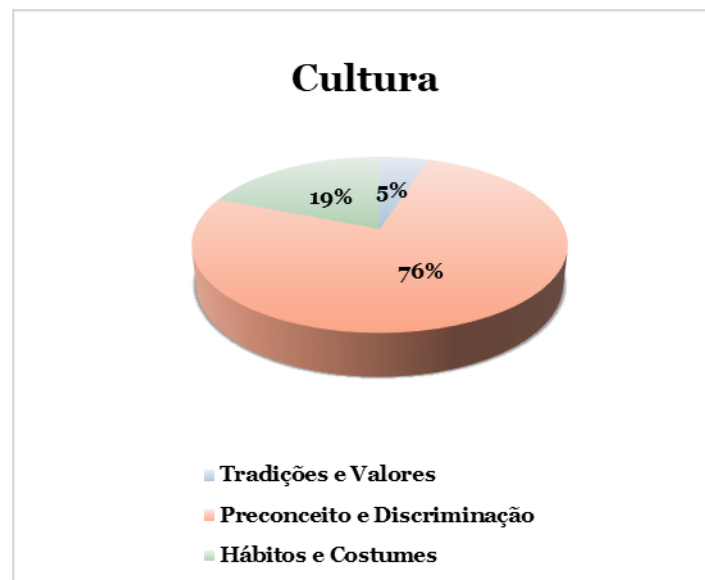
O relato das entrevistadas 3 demonstra que a realidade das empresárias moçambicanas no ramo informal não difere da realidade de outros países africanos, ratificando os achados empíricos de Manzanera-Ruiz et al. (2022). Neste estudo constatou-se que as mulheres de

Uganda que tinham negócios informais na rua padecem com precárias condições de trabalho, como situações climáticas adversas, problemas com as autoridades que mandam essas empresárias para a prisão, por consideram seus negócios ilegais e não pagarem impostos, além de sofrerem muito assédio sexual e moral (Manzanera-Ruiz et al., 2022).

#### 4.2.2 Cultura

No fator Sócio-Cultural levou-se em consideração como a cultura de Moçambique influencia o empreendedorismo feminino e também como ela enxerga a mulher empresária. O gráfico 6 a seguir, faz uma ilustração dessa dimensão.

**Gráfico 6: Fator Sócio-Cultural (contexto da cultura)**



Fonte: Elaboração própria.

Com base nas codificações do NVivo e considerando as declarações das entrevistadas, foi evidenciado que no tocante ao contexto da cultura do fator, o “*Preconceito e Discriminação*” constatou-se, com 76%, como o maior desafio ao empreendedorismo feminino em Moçambique, seguido de “*Hábitos e Costumes*” com 19%. O aspecto menos impactante foi “*Tradições e Valores*”, com 5% das citações.

Tal qual ocorreu com as dimensões do fator “*Sociedade*”, os três aspectos do contexto cultural também foram analisados, tendo por base a revisão da literatura deste estudo e considerando-se a perspectiva de género.

Segundo evidenciado pelas empresárias participantes do estudo, no que se refere à cultura moçambicana, esta ainda funciona como um obstáculo para o avanço do empreendedorismo feminino no país, conforme comentário da entrevistada 4: *“na nossa cultura, a mulher que está a gerir algum negócio não é bem vista; é dado “outros nomes”, dizem que é uma mulher de má vida, porque vai atender muita gente, vai atender muitos homens”* (Ent-04). Esta faceta cultural tende a ser proferida porque em muitos países africanos, as mulheres devem evitar exposição social, sendo que após o casamento, devem ficar em casa e não exercer atividades comerciais (Naguib, 2024).

### ***Preconceito e Discriminação***

Relativamente ao *“Preconceito e Discriminação”*, este aspecto foi indicado como a principal barreira cultural imposta ao empreendedorismo feminino em Moçambique. Segundo relatos da entrevistada 12: *“o primeiro obstáculo é a discriminação contra a mulher. Eu sinto que em muitos momentos não há valorização do negócio pertencente à mulher”* (Ent-12). De um modo geral, o preconceito e discriminação de mulheres estão ligados aos estereótipos de género e tendem a variar de intensidade e enfoque, mediante ao campo de atuação e em função da cultura de cada país (Franco et al., 2023).

A entrevistada 17 considera que: *“Moçambique não foge dos países africanos, olhamos para mulher como se ela fosse apenas para fazer as tarefas da casa. Só o fato da mulher moçambicana trabalhar já é um motivo para a sociedade começar a resmungar. Então, criando ainda um negócio, ela passa a ser mal vista na sociedade e mal falada na comunidade”* (Ent-17). Em complemento, a entrevistada 18 acrescenta que: *“eu posso dizer que a sociedade moçambicana discrimina a mulher de uma forma geral; as pessoas tendem a julgar uma mulher que tem um emprego ou que tem um negócio, e criticam porque ela vai ter pouco tempo para cuidar do marido, da casa e dos filhos”* (Ent-18). Esses relatos das empresárias destacam os efeitos negativos de normas e regras sócio-culturais de muitos países, onde as percepções e valores tendem a ser influenciados por questões relacionadas aos estereótipos de género (Naguib, 2024).

Outra evidência foi apontada quando a entrevistada 8 relatou: *“nós dizemos que aqui a mulher está emancipada, mas isso não é verdade, porque a mulher ainda é muito discriminada e descredibilizada. Por exemplo, se ela consegue realizar algo, nunca é mérito dela; sempre acham que foi um homem que lhe deu: ou o pai, ou o marido, ou o amante ou o chefe com quem ela está se envolvendo”* (Ent-08).

Em contrapartida, a realidade pareceu ser outra para as empresárias que atuam em ramos de atividades considerados tipicamente femininos. Por exemplo, a entrevistada 3 menciona que: *“há preconceito sim, mas eu ainda não senti assim tão na pele ... se calhar, pelo tipo de negócio que*

*eu faço de vender bolos, porque é um negócio visto como “de mulheres”* (Ent-03). Este ponto de vista está fundamentado no fato de que normas e papéis de gênero também influenciam crenças sobre os tipos de trabalho que homens e mulheres devem executar, assim como aqueles que os jovens procuram fazer, ou dos quais tendem a evitar (Bullock e Crane, 2021).

A entrevistada 16 sublinhou essa mesma visão: *“eu até agora ainda não sofri nenhuma discriminação; eu acho que fui recebida com aplausos. É uma alegria a mulher moçambicana ter iniciativa de abrir seu negócio, porque além de trazer o sustento da própria família, também traz benefícios sociais, pois diminui o nível de desemprego. Por exemplo, no meu caso, eu tenho seis funcionários que sustentam suas famílias; então, o meu empreendimento diminuiu um pouco o índice de desemprego no país”* (Ent-16). Esta visão salientada pela empresária, reporta-se à abordagem otimista do empreendedorismo feminino, na qual são destacados os seus efeitos benéficos, tais como a criação de emprego, redução da desigualdade e pobreza, emancipação e empoderamento da mulher (Ongo Nkoa e Song, 2023).

### ***Hábitos e Costumes***

No que tange ao aspecto cultural *“Hábitos e Costumes”*, ainda existe um acentuado conservadorismo referente à iniciativa feminina de ser proprietária de um negócio, conforme revelado pelas entrevistadas 12 e 4: *“Vamos dizer que Moçambique é um país africano, onde a mulher ainda é vista como uma pessoa que deve fazer atividades domésticas, não exatamente empreender”* (Ent-12). Sendo ainda exposto pela entrevistada 4 que: *“Muitas vezes, a mulher tem que se aliar a um sócio homem para a empresa ter continuidade; e no final do dia aparece para levar a maior parte do dinheiro; porque o homem já vem com ditadura: “Olha, para eu ajudar, passa isso em meu nome”. E, se a empresa começa a cair, a culpa recai sobre a mulher que eles dizem que fez uma má gestão”* (Ent-04).

Sob aspectos culturais, o empreendedorismo feminino apresenta inúmeras desvantagens de gênero inflingidas pelos papéis sociais que são atribuídos às mulheres em relação aos homens, onde as diferenças nos comportamentos de homens e mulheres, assim como as oportunidades e situações que lhes são auferidas, normalmente, estão enraizadas numa hierarquia de gênero instituída pela sociedade e intensificada pela cultura dos países (Ibáñez e Guerrero, 2022).

Empresárias que empreendem em ramos de atividade considerados *“negócios de homens”* estão mais suscetíveis a sofrerem com questões de hábitos e costumes, como relatado pela entrevistada 15: *“É mais difícil para a mulher (...) o que eu sei, o que eu sinto e o que eu vivo (...) por exemplo, no meu ramo de negócio, muitas vezes me falam: “uma mulher não serve para estar no bar” (...) porque ela fica mais exposta, sofre mais assédio e mais desrespeito; ela tem que estar*

*preparada psicologicamente e emocionalmente, porque ela está mais vulnerável neste caso” (Ent-15). De acordo com Adom (2016), algumas mulheres empresárias voluntariamente estão contribuindo para a quebra de antiquadas regras sociais. No cenário empresarial, algumas atividades ou ramos de negócios são considerados como reservados aos homens, no entanto, as mulheres estão cada vez mais se aventurando em outros negócios além daqueles tidos como “negócios ou atividades femininas” (Adom, 2016).*

### ***Tradições e Valores***

Relativamente às “*Tradições e Valores*”, as empresárias expuseram o conservadorismo e discriminação concernentes às oportunidades e conjuturas atribuídas e vivenciadas pelas mulheres moçambicanas, e que isso intensifica-se em algumas regiões e províncias, conforme relatado pelas entrevistada 4: *“No distrito onde eu estou, a sociedade não dá às mulheres oportunidade de trabalhar e de estudar, pois a cultura aqui é priorizar a educação dos homens. No meu caso, que vim para estar à frente do meu negócio, e por isso, logo no início eu era vista como uma “mulher não boa”, diziam que “isso não está bem”. Esse distrito é um dos piores no sentido cultural, pois a rapariga aqui não é deixada estudar até ao nível secundário, vai só até a escola primária e dali casa-se com 13, 14 ou 15 anos; é muito frequente o casamento prematuro aqui e depois ela não pode ser nada na sociedade. Nesse distrito, são homens como professores e médicos, alguns são pessoas que vêm de outras cidades e outras províncias, no máximo 2% de mulheres tem algum papel social e no máximo 10% das mulheres trabalham” (Ent-04).*

Analisando-se o discurso da entrevistada 4 acima, constatou-se a importância de estudar a sub-representação de mulheres no empreendedorismo, abordando o impacto das normas culturais nas oportunidades disponíveis e nos desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, voltando-se para os contextos específicos de cada região do país (Monteith e Camfield, 2019).

Ainda, a entrevistada 8 refere que: *“Há muitas questões que acabam impedindo a mulher de ter seu desenvolvimento na educação ou seu crescimento profissional. Primeiro, porque há muitas meninas que acabam engravidando muito cedo e interrompem os estudos, assumem muitas responsabilidades muito jovens” (Ent-18).* Este relato demonstra que os valores culturais conservadores e sobrepostos aos empresários homens e mulheres, acentua a cultura como um dos principais limitadores do desenvolvimento do empreendedorismo feminino (Vieitez-Cerdeño et al., 2023).

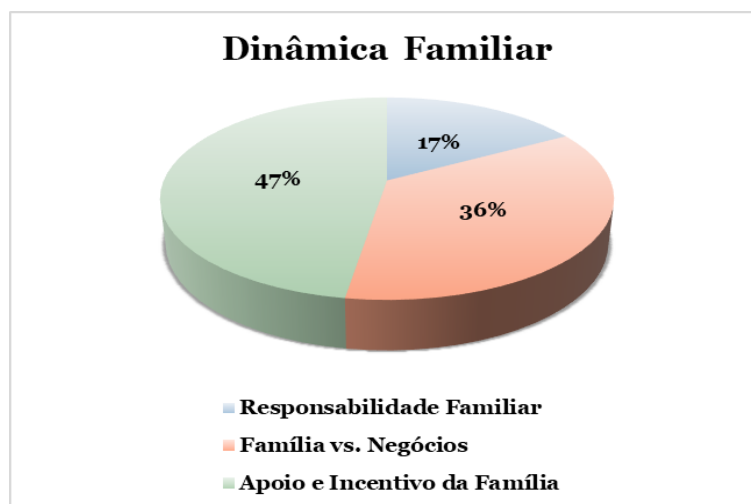
Em suma, o “*Preconceito e Discriminação*” expôs-se como o maior desafio cultural enfrentado pelas empresárias moçambicanas, impactando diretamente no empreendedorismo feminino do país; corroborando com os resultados de estudos anteriores (e.g., Monteith e

Camfield, 2019; Bullock e Crane, 2021; Ongo Nkoa e Song, 2023). Pesquisas sobre a cultura empresarial em África demonstraram que as tradições e valores culturais, assim como as obrigações sociais de muitos países africanos têm um impacto negativo no desenvolvimento dos negócios das mulheres (Kiggundu, 2002; Kuada, 2009).

### 4.3 Fator Dinâmica Familiar

No fator Dinâmica Familiar, procurou-se compreender como a empresária moçambicana consegue gerir a divisão de tempo nos seus papéis entre família e negócio e como os aspectos do contexto familiar configuram-se como desafios e barreiras enfrentados no seu negócio. O gráfico 7 a seguir, faz uma ilustração desse fator.

**Gráfico 7: Fator Dinâmica Familiar**



Fonte: Elaboração própria.

Com base nas codificações do NVivo e considerando as declarações das entrevistadas, foi evidenciado que na dinâmica familiar, o aspecto “*Apoio e Incentivo da Família*” confirmou-se, com 47%, como o maior desafio ao empreendedorismo feminino em Moçambique, seguido de “*Família vs. Negócios*” com 36%. O aspecto menos impactante foi a “*Responsabilidade Familiar*”, com 17% das citações.

#### ***Apoio e Incentivo da Família***

A maioria das entrevistadas declarou não receber apoio e incentivo familiar, conforme citações das entrevistadas 14 e 18, a seguir:

*“De certa forma, aqui em Moçambique a maioria das mulheres não têm apoio familiar. Elas devem levantar mais cedo para fazer o trabalho de casa, saem e vão vender, e depois voltam a correr para cuidar da casa e preparar o jantar dos filhos” (Ent-10).*

*“Eu acho que em qualquer lugar do mundo, ao abrir negócios, não podemos contar muito com os outros e, às vezes, pessoas mais próximas são os primeiros a te desanimar (...) quando iniciei eu não tive muito apoio da família (...) e da sociedade pior ainda, pois diziam que por eu ser professora não me falta nada, pois eu tenho bom emprego e eu já tenho o que preciso; então, porque eu vou vender cosméticos?!” (Ent-18).*

Os relatos da entrevistadas 2, 8, 17, a seguir, revela a falta de apoio e incentivo do marido, denotando um desequilíbrio na dinâmica familiar relacionada à aspectos sócio-culturais que remetem aos estereótipos de género, o que afeta o desempenho da empresária, impactando negativamente nos seus negócios. Igualmente, a pesquisa de Bastian et al., (2021) demonstrou que a falta de apoio do cônjuge pode comprometer o sucesso do empreendimento das mulheres. De acordo Sallah e Caesar (2020), as mulheres empresárias africanas dependem muito do apoio do marido e dos membros da família para estabelecer e administrar seus negócios (Neneh, 2017).

*“As mulheres casadas nem sempre tem recebido o apoio e o incentivo do próprio parceiro, porque em muitos países africanos, como aqui em Moçambique, eles não aceitam a esposa ser mais do que eles, ter mais estudo, ter um trabalho melhor, ou montar seu próprio negócio” (Ent-02).*

*“Aqui em Moçambique, muitos maridos não gostam que a mulher tenha independência financeira; e muitas vezes, ela não tem autonomia na gestão do próprio negócio e tem que prestar todas as contas e ganhos ao marido. Ela transpira mentalmente e fisicamente, mas no final das contas ela não aproveita o resultado, pois o dinheiro e o lucro ficam com o marido. Então, nesses casos, por mais que ela tenha liberdade para trabalhar, não há liberdade para usufruir do resultado positivo desse negócio; isso desmotiva a mulher a querer continuar e ela acaba abandonando o negócio” (Ent-08).*

*“Em África, os homens sempre têm mais benefícios que as mulheres e ainda é um tabú a mulher “abandonar” a família por causa de trabalho ou negócio. Mesmo os maridos, são muito machistas e partilham daquela ideia de que a mulher tem que ficar em casa e cuidar dos filhos” (Ent-17).*

O relato das entrevistadas é um retrato de uma realidade presente em muitas economias em desenvolvimento e emergentes como na África, onde, segundo Adom et al. (2018), os sistemas patriarcais que afetam imensamente os estereótipos de género, não permitem que as mulheres tenham autonomia, liberdade e poder de decisão para administrar seus negócios; além disso, elas são sobrecarregadas com seus papéis de género tradicionais (esposa, mãe e dona de casa).

No caso das empresárias separadas e viúvas, verificou-se-se que além de não receberem apoio e incentivo familiar, ainda há alguma interferência negativa das famílias nos seus negócios, como por exemplo, excesso de opiniões e críticas, ou tentativas de participar de decisões cabíveis somente à empresária, conforme citado pelas entrevistadas 4 e 6:

*“O meu primeiro ano nos negócios, em 2018, foi um período muito difícil, primeiro porque eu tinha ficado viúva e queria me dedicar às crianças, pois após a morte do meu marido eu tinha que estar ao lado delas; segundo porque tive que tomar a frente dos negócios para ter meios financeiros para sustentar meus filhos e a casa, e eu não recebia apoio dos familiares e ainda fui muito julgada por todos; para piorar, a parentela de meu falecido marido queria tomar meus negócios.”* (Ent-04).

*“Na verdade, algumas mulheres além de não terem apoio da família, também recebem muitas críticas e comentários negativos dos familiares que ainda quer se meter nos nossos negócios por não termos maridos (...) aqui, nós é que por si só tentamos correr atrás das oportunidades”* (Ent-06).

Enquanto que somente um pequeno número de empresárias mencionou receber apoio da família, conforme citado pelas entrevistadas 14 e 15, a seguir. O apoio familiar aumenta a probabilidade de sobrevivência de um negócio e suas chances de crescimento, através do compartilhamento de informações e solução conjunta de problemas, o que, conseqüentemente, ajuda a aumentar o bom desempenho do negócio feminino (Welsh et al. 2014; Welsh et al., 2016).

*“Nessa questão eu não tenho motivos de queixa, pois eu tenho apoio familiar. Aqui na minha casa é trabalho em equipe, tanto em casa, quanto nos negócios”* (Ent-14). O comentário desta entrevistada, ratifica o resultado de estudo de Neneh (2017), nos quais as empreendedoras com altos níveis de apoio e incentivo familiar tornam-se mais bem-sucedidas.

*“Não é fácil tu saíres de casa, sabendo que ninguém te apóia, porque todo mundo precisa de algum apoio, mas, Graças à Deus tive muito apoio de uma parte da família”* (Ent-15). De acordo com Imbaya (2012), o sucesso das mulheres nos negócios também depende do tipo de apoio recebido de seus familiares.

Em contrapartida foi evidenciado que mulheres moçambicanas solteiras e sem filhos, que estão começando a empreender recebem bastante apoio familiar, o que tende a beneficiar o sucesso e o crescimento do negócio. Conforme demonstrado pelo da entrevistada 12: *“No meu caso, a minha família é o meu suporte; eles sempre me apóiam e isso para mim é um ponto muito forte, porque se não fosse por eles eu já teria desistido”* (Ent-12). E complementado pelo testemunho da entrevistada 13: *“Eu recebo todo tipo de apoio, pois meus pais são meus incentivadores em tudo; quando tenho alguma dificuldade financeira no meu negócio eles estão sempre dispostos a me ajudar”* (Ent-13). Este resultado corrobora com as dinâmicas familiares

positivas como o apoio familiar, assim como o estado civil e número de filhos também influenciam o desempenho das mulheres nos seus negócios (Neneh, 2017).

### ***Família vs. Negócios***

No fator “*Família vs. Negócios*”, pretendeu-se analisar como a combinação das incumbências e exigências da vida empresarial e da vida familiar influenciam no desempenho do negócio da mulher moçambicana. Tal aspecto é interessante neste estudo, devido ao fato de na África, por exemplo, toda a menina ser criada para saber e aceitar que é uma mulher que cozinha e cuida da casa, dos filhos e do marido; e que, independentemente do seu nível de estudo ou tipo de profissão, isso não muda (Adom et al, 2018).

As empresárias sentem-se sobrecarregadas ao tentar conciliar suas vidas familiares e o negócio, segundo declarações da maioria das entrevistadas (e.g., 7 e 16), a seguir. Tais declarações, vão ao encontro dos resultados do estudo de Bastian et al, (2021), no qual o equilíbrio entre família e negócio continua a ser um dos maiores desafios enfrentados pelas empresárias dos países do MENA .

*“O principal obstáculo da mulher empresária? Vamos começar com os nossos maridos (...) se não houver apoio é muito difícil e a mulher acaba desistindo, porque é uma carga acima do normal e tem muita pressão, pois a cultura moçambicana sempre vai preferir que tu sejas uma dona de casa do que tu sejas uma empresária” (Ent-07).*

*“Conciliar família e negócio é complexo e vai exigir da mulher muita força e coragem para poder continuar com seu negócio. Mas, eu consigo, porque eu envolvo toda a minha família nos negócios (...) trabalhamos em equipe, eu divido as tarefas e sempre recompenso pela ajuda” (Ent-16).*

Empresárias moçambicanas solteiras e sem filhos acabam por ser favorecidas neste aspecto, uma vez que suas responsabilidades e obrigações na família são reduzidas, podendo assim dedicar-se com mais afinco aos seus negócios, como declarado pelas entrevistadas 12 e 14, a seguir. Esta situação encontra-se em concordância com os autores Iodice e Yourougou (2016) que argumentaram o tempo pessoal da empresária varia de acordo com sua idade e estrutura familiar, uma vez que mulheres com excessivas responsabilidades domésticas dispõem de um tempo reduzido para os negócios ou para usufruir de seu próprio tempo.

*“Meus pais disseram que eu não preciso pagar contas de casa e que é para eu usar o dinheiro para minhas coisas pessoais e para fazer o negócio crescer. Então estou salvando dinheiro para abrir uma loja no centro comercial ou num sítio movimentado e registar a empresa” (Ent- 12).*

*“A minha dinâmica familiar é um fator positivo e ajuda meu negócio a crescer, pois eu ainda moro com meus pais, não tenho muitas responsabilidades em casas e nem que pagar muitas contas; como não tenho marido e filhos fica mais fácil me dedicar ao meu negócio e posso investir mais” (Ent- 14).*

As diferentes responsabilidades e incubências das empresárias, tanto na gestão do negócio quanto nas tarefas domésticas, criam situações que podem se tornar conflituosas na dinâmica familiar (Adom et al, 2018). Assim, devido às excessivas demandas conflitantes entre vida pessoal e empresarial, elas tendem a assumir uma intenção de crescimento reduzido para seu negócio (Ali, 2018).

### ***Responsabilidade Familiar***

Quando questionadas sobre suas responsabilidades familiares, tanto no âmbito financeiro, quanto nas tarefas domésticas, 84,21% das entrevistadas (16 empresárias) indicaram que este aspecto exerce um expressivo impacto na dedicação ao negócio, uma vez que se sentem sobrecarregadas em conseguirem administrar bem o tempo entre os vários papéis, funções e responsabilidades que desempenham, conforme exposto pela entrevistada 5: *“Os filhos, a casa e o marido consomem muito nosso tempo (...) se tu não tens o apoio do teu marido, tu até acabas desistindo do negócio, porque tens que cuidar de tudo sozinha. Então, quando a pressão familiar é menor, sempre é melhor para a dedicação aos negócios” (Ent-05).*

A pressão social e a autocobrança também são aspectos limitadores do desempenho da empresária, conforme declarado pela entrevistada 2: *“Realmente é um grande desafio para a mulher, pois às vezes ela se sente culpada por não ter tempo para dedicar-se à família ou até mesmo para cuidar de si mesma. E exatamente por isso muitas mulheres acabam sabotando seu próprio crescimento” (Ent-02).* De acordo com Sallah e Caesar (2020), as empresárias africanas são confrontadas com o desafio de combinar compromissos familiares e empresariais, já que o excesso de responsabilidade doméstica e familiar causa restrições de tempo para investir no crescimento de seus negócios; o que inibi consideravelmente o sucesso do empreendedorismo feminino nos países africanos.

Para apenas 2 entrevistadas (1 e 19) questões de responsabilidade familiar e financeira não refletem a realidade da maioria das empresárias moçambicanas, uma vez que o dinheiro do negócio é usado para reinvestir no próprio negócio

*“Nem todo o rendimento vai para casa, 80% fica no meu negócio, pois tenho que pagar os trabalhadores, os impostos, os custos gerais. E o restante, 20% é destinado à casa” (Ent-01).*

*“O que ganho no meu negócio eu uso para pagar as despesas e custos gerais da loja. Quando eu alcanço minha meta de vendas, que constitui o meu lucro, eu uso para reinvestir nele. Então, se levo*

*algum valor pra minha casa é mínimo, porque sou funcionária pública e eu conto com minha renda fixa para custear as despesas domésticas” (Ent-19).*

*“Como o custo de vida tem vindo a crescer cada vez mais, a mulher precisa envolver-se também e ajudar seu esposo com as despesas da casa, pelo menos na alimentação da própria família, no meu caso o dinheiro do meu negócio é para gastar na casa” (Ent-02).* Esta evidência empírica está em concordância com Iodice e Yourougou (2016) que evidenciaram em Mali, mulheres casadas com filhos pequenos, por terem mais responsabilidades domésticas, têm menos controle sobre o seu próprio negócio, tempo e dinheiro. Por outro lado, as mulheres com filhos mais velhos têm controle sobre o seu negócio e tempo em casa, podendo obter mais lucro com suas vendas nos mercados.

Adom et al. (2018) argumentam que as relações familiares africanas desenvolvem uma dependência econômica nas mulheres, mesmo quando elas são provedoras. Contudo, tal como no aspecto dinâmica familiar, ficou evidenciado pelas entrevistas 5 e 14 que as empreendedoras moçambicanas solteiras e sem filhos, por terem menos responsabilidades financeiras e familiares, podem dedicar mais tempo e recursos aos seus negócios.

*“No meu caso, quase 80% do lucro é para reinvestir no meu negócio e fazê-lo crescer, pois eu ainda moro com meus pais e eles não querem que eu use todo meu dinheiro na casa” (Ent-05).*

*“Eu contribuo com 30% nas despesas de casa, porque não existe exatamente uma lista de obrigações ou pagamento para eu fazer no final do mês, mas, isso é porque eu moro com meus pais e a maior parte das despesas são eles que cobrem; o restante é para investir no meu negócio,” (Ent-11).*

Por outro lado, a situação das empresárias viúvas e separadas/divorciadas é um pouco mais delicada e requer um pouco de atenção, pois estas mulheres assumem sozinhas todas as responsabilidades financeira, familiar, domésticas e a criação dos filhos, muitas vezes, sem apoio e incentivo da família, sofrendo ainda com muitos julgamentos e críticas, conforme o desabafo das entrevistadas 4 e 8; o que torna sobrevivência e gestão de seu negócio ainda mais desafiadores. Este cenário enfrentado por muitas empresárias africanas é fortemente suscitado por barreiras culturais e estereótipos de gênero que acentuam os conflitos de papéis profissionais e familiares, impactando negativamente no empreendedorismo feminino (Aleshinloye, 2023).

*“Posso dizer que foi Deus, porque foram dias de lágrimas mesmo, quase que eu entrava em depressão (...) depois da morte de meu marido eu tive que estabelecer um salário mensal para sustentar meus filhos e cobrir as necessidades de casa” (Ent-04).*

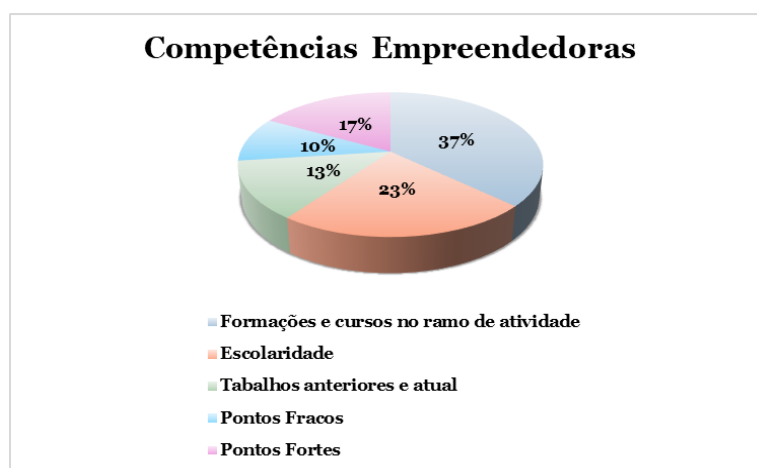
“Quando a mulher é separada e cria seus filhos sozinha, por ter muitas responsabilidades, ela acaba por usar o dinheiro que deveria ser reinvestido no negócio para as despesas da família, pois não tinha o que comer em casa. Assim, acaba não conseguindo gerir seu negócio que, apesar de ser um belo projeto, não se desenvolve ou até mesmo acaba e deixa de existir” (Ent-06).

Os resultados desta pesquisa sugerem que, embora as mulheres empresárias recebam apoio familiar, a situação está longe de ser satisfatória. É fundamental referir que estas empresárias contribuem imensamente para o sustento da família com os rendimentos que geram nos seus negócios e nem sequer sacrificam o cuidado com filhos e tarefas da casa em detrimento de sua carreira empreendedora e do sucesso de seu negócio (Adom et al., 2018). Contudo, as empresárias africanas dependem muito do apoio do marido e dos membros da família para estabelecer e administrar seus negócios (Neneh, 2017).

#### 4.4 Fator Competências Empreendedoras

No fator “*Competências Empreendedoras*”, procurou-se examinar a concepção da empresária moçambicana tanto sobre as habilidades empreendedoras que contribuem para o seu sucesso, quanto aquelas que ainda precisam ser aprimoradas para melhorar o desempenho de seu negócio. O gráfico 8 faz uma ilustração deste fator.

**Gráfico 8: Fator Competências Empreendedoras**



Fonte: Elaboração própria.

Com base nas codificações do NVivo e considerando as declarações das entrevistadas, foi evidenciado no que respeita o fator competências empreendedoras, o aspecto as “*Formações e Cursos no Ramo de Atividade*” constatou-se, com 37%, como o maior desafio ao empreendedorismo feminino em Moçambique, seguido de “*Escolaridade*” com 23%; “*Pontos*

*Fortes*”, com 17%. Os aspectos menos impactantes foram “*Tabalhos anteriores e atual*” e “*Pontos Fracos*”, com 13% e 10%, respectivamente.

Autores como Irene (2017) identificaram uma forte ligação entre o sucesso nos negócios e as competências empreendedoras dos empresários(as). Para esta autora o sucesso empresarial reflete os resultados das atividades empreendedoras, enfatizando o comportamento real das empresárias em relação aos aspectos técnicos e gerenciais de seus negócios.

## ***Nível de Estudo***

No sub-fator “*Nível de Estudo*”, procurou-se verificar até que ponto o nível de estudos (tanto escolaridade, quanto formações na área de atividade contribui positivamente na performance das empresárias moçambicanas na gestão de seus negócios. A importância de estudar esse fator é reconhecida como fundamental, pois, segundo muitos autores (e.g, Manzanera-Ruiz et al., 2022; Sun et al, 2023), o nível de educação das mulheres e o sucesso de seus negócios estão interligados.

## ***Formações e Cursos no Ramo de Atividade***

Este aspecto foi analisado, com a finalidade de constatar se a participação de cursos, formações e treinamento específicos no ramo de atividade do empreendimento favoreceram a boa gestão e o bom desempenho dos negócios das empresárias. De acordo com Naguib (2024), os programas de treinamento e cursos para mulheres empreendedoras, tanto as aspirantes, quanto as empresárias já estabelecidas, são indispensáveis e deveriam estar acessíveis a todas, também precisam ser adaptados às especificidade de cada setor e incluir as necessidades das diferentes fases de um negócio.

As participantes da pesquisa, na globalidade, acreditam que cursos e formações dentro do ramo de seu negócio são fundamentais para a sobrevivência, boa gestão e expansão do empreendimento feminino, como citado pela entrevistada 9: “*Minha formação e experiência ajudam muito, pois deram-me noções de como gerir negócios, mas eu preciso investir no conhecimento e me desenvolver mais (...) eu quero fazer formações em marketing, ir em busca destas coisas novas para lidar melhor com os clientes e expandir meu negócio*” (Ent-09).

As entrevistadas que ainda não participaram em cursos relacionados ao seu tipo de negócio, como 12 e 18 por exemplo, demonstraram interesse em participar. Esta atitude provém da vontade de aprimorar seus conhecimentos e habilidades, uma vez que muitas questões e problemas enfrentados pelas empreendedoras são específicos aos diversos setores e decorrem devido às características das atividades desempenhadas (Naguib, 2024).

*“Eu ainda não fiz nenhuma formação específica no ramo de meu negócio, mas sei que preciso fazer cursos para saber como fazer mais vendas e fazer meu negócio crescer” (Ent-12).*

*“Há alguns cursos particulares, mas não frequentei nenhum no meu ramo de negócio, mas gostaria (...) eu moro e trabalho numa localidade bem pequena e aqui não temos acesso a esses cursos; eu participei de palestras relacionados ao assunto e depois continuei com minha caminhada” (Ent-18).*

As empresárias moçambicanas acreditam que as Formações e Cursos no Ramo de Atividade são os aspectos das competências empreendedoras que exercem maior impacto no desempenho de seus negócios. Por isso, as formações profissionais, dentro do ramo de atividade são essenciais, mas sem educação básica torna-se impraticável, logo deve-se considerar as populações adultas africanas, principalmente as mulheres que enfrentam mais obstáculos para adquirir educação e formação (Aleshinloye, 2023).

As empreendedoras que participaram em formações sobre negócios obtém muitos benefícios desses treinamentos, pois fornecem ideias sobre novas tendências do mercado, educam sobre como usar ferramentas, em como se relacionar com clientes, fornecedores e funcionários, além de aumentar a *networking* com outras mulheres empresárias (Adom, 2016).

### ***Escolaridade***

As participantes da pesquisa possuem um nível de estudos elevado, sendo que cerca de 21,06% (4 empresárias) com mestrado, 57,89% (11 empresárias) com licenciatura, 15,79% (3 empresárias) com ensino médio e apenas 1 empresária (5,26%) com ensino fundamental. A amostra deste estudo contraria os resultados de alguns estudos anteriores (Khan et al., 2019; Liao et al., 2022), que concluíram que quanto maior o nível de escolaridade menor a intenção de iniciar um empreendimento, sendo que os indivíduos com formação superior parecem ter menor pretensão em empreender.

A educação é uma das bases de qualquer desenvolvimento humano; a falta ou limitadas oportunidades de educação formal para mulheres é uma das maiores barreiras para o empreendedorismo feminino, principalmente em países em desenvolvimento como os do continente africano (Aleshinloye, 2023). Esta realidade também foi identificada em Moçambique, como demonstrado pela entrevista 17: *“Para a mulher africana é sempre mais dificultoso, exatamente pelo pouco acesso à educação. Em Moçambique, por exemplo, podemos encontrar um número maior de homens mais preparados, estudados e qualificados para os negócios do que as mulheres, porque há muitas questões que acabam impedindo a mulher de serem bem sucedida em sua educação e em seu desenvolvimento profissional. Primeiro, há muitas meninas que interrompem os estudos porque que engravidam muito cedo e assumem muitas responsabilidades*

*muito jovens; segundo, está à sua espera uma sobrecarga de tarefas domésticas e acaba não sobrando tempo para os negócios” (Ent-17).*

Quando questionadas se o seu nível de escolaridade seria um contrituito importante para a boa gestão e bom desempenho do seu negócio, a totalidade das respostas confirmaram um impacto positivo deste fator no empreendedorismo feminino, conforme reconhecido pela entrevistada 2: *“Sim, favoreceu muito, até mesmo em como iniciar meu negócio; eu estou me formando na área de gestão de empresas, então, isso fez com que eu assimilasse um pouco de conhecimento que ajuda a desenvolver meu negócio” (Ent-02).* O que condiz com as descobertas de Rametse e Huq (2015). Estes autores sugerem que as mulheres de Botsuana graduadas em administração, gestão ou áreas afins, acreditam que sua a educação superior as proveu com conhecimento e confiança para que colocassem em ação às suas aspirações empreendedoras.

A escolaridade foi, assim, um importante aspecto identificado pela maioria das entrevistadas como tendo influência na sua capacidade de gerir os negócios. Para Rametse e Huq (2015), mulheres empresárias com níveis de escolaridade mais elevados, como licenciatura e pós-graduação, geralmente tendem a analisar criticamente e compreender o seu ambiente empresarial e, assim, melhor conduzir seu negócio devido ao seu nível educacional, o que lhes proporciona uma vantagem competitiva sobre empresárias menos instruídas em negócios semelhantes aos seus.

Com base na análise das entrevistas, o nível de escolaridade, tanto estudo quanto formações, configurou-se como um ponto forte que favoreceu as participantes deste estudo a superarem os obstáculos impostos ao empreendedorismo feminino, o que vai ao encontro dos estudos de Manzanera-Ruiz et al (2022), para quem o nível de educação das empresárias e o sucesso de seus negócios estão interligados.

### ***Experiência Profissional***

Neste fator, o intuito foi compreender como a experiência de trabalhos anteriores ou possuir um trabalho atual conjuntamente à atividade empreendedora exerce alguma influência na gestão e desempenho dos negócios das empresárias moçambicanas. Assim, para o aspecto *“Experiência Profissional”*, as entrevistadas foram divididas em três grupos:

- I) Empresárias com dedicação exclusiva ao negócio, pois não exercem outra atividade remunerada ou não trabalham para terceiros, sendo 31,58%, ou seja, 6 entrevistadas.
- II) Empresárias que tem um negócio e também estão empregadas em instituições públicas ou privadas, correspondendo a cerca 52,63%, ou seja, 10 entrevistadas.

III)Empresárias que nunca trabalharam para terceiros, cerca de 15,79, ou seja, 3 entrevistadas.

Algumas empresárias deste estudo acreditam que a experiência profissional é um contributo positivo que ajuda a desenvolver seu negócio, como citado pela entrevistada 2: *“Fui a Portugal fazer uma formação técnica na área de restauração e hotelaria. Quando voltei para Moçambique, trabalhei na cozinha, pastelaria e bar até iniciar meu negócio. Então, já tenho quase dez anos de experiência nesse ramo da restauração e hotelaria”* (Ent-02). De acordo com Rametse e Huq (2015), a experiência de trabalhos anteriores exerce influência positiva na gestão e desempenho dos negócios das empresárias.

Todavia, três participantes da pesquisa, que são estudantes universitárias e ainda não estão inseridas no mercado de trabalho, preferiram iniciar diretamente no empreendedorismo antes mesmo de ter uma experiência profissional anterior, conforme mencionado pela entrevista 3: *“Eu nunca trabalhei, eu estou acostumada a vender (...) eu sempre gostei de ter meu dinheiro então eu fazia vendas na escola”* (Ent-03). De acordo com Zhang et al. (2025), os diplomados e os licenciados estão mais entusiasmados para iniciar um negócio próprio, sendo que estudantes de graduação que contam com o incentivo familiar e de outras pessoas influentes na sua vida, tendem a apresentar uma maior pretensão de iniciar um negócio. O relato desta empresária remete ainda, às investigações de Ando e Matsumura (2020) sobre modelos de empreendedorismo competitivo que caracterizam as escolhas individuais de ocupação entre se tornar um empreendedor (dono de seu próprio negócio) e ser trabalhador (funcionário no negócio de outra pessoa). Nesse sentido, os indivíduos devem levar em consideração que tornar-se um empreendedor incorre em riscos, pois não há certeza quanto à produtividade e lucratividade de seu negócio, todavia, há certeza sobre o salário a ser recebido ao ser um trabalhador (Ando e Matsumura, 2020).

Com base na análise das entrevistas, a experiência profissional se revelou-se como um fator que auxilia empresárias a ultrapassarem os obstáculos e barreiras para iniciar, gerir, manter e desenvolver seus negócios (Rametse e Huq, 2015).

### ***Características Pessoais***

As *“Características Pessoais”* podem ser consideradas pontos fortes que contribuíram para o bom desempenho dos negócios; e também podem representar pontos fracos que precisam ser desenvolvidos ou aperfeiçoados para as empreendedoras obterem mais sucesso.

## ***Pontos Fortes***

As características pessoais das empresárias desempenham um papel importante na capacidade de administrar os negócios, sendo que as qualidades mais citadas foram a determinação, persistência e força para não desistir perante às dificuldades. No contexto do empreendedorismo, o conjunto de características pessoais relacionadas com autoeficácia e confiança referem-se ao desafio de agir para se tornar um empreendedor (Dissanayke, 2013; Liao et al., 2022), que pode ser observado na fala da entrevistada 16: *“Um dos meus pontos fortes que ajudou a impulsionar meu negócio é a minha personalidade forte, como vender a minha marca, eu “mostrei a cara” (...) eu acho que estraga, muitas vezes as empreendedoras é que elas têm vergonha de aparecer”* (Ent-16).

Liao et al. (2022), acrescenta que a percepção da sua própria capacidade é tão importante quanto a atitude pessoal e intenção de empreender. As afirmações dos autores podem ser legitimadas pela fala da entrevistada 8: *“Eu entrei no empreendedorismo quando eu já estava madura e mais confiante; mas, o meu nível de estudo, de experiência e de conhecimento também contribuíram bastante”* (Ent-08).

De acordo com Liao et al., 2022, é a confiança do indivíduo na sua própria capacidade para iniciar, cuidar e prosseguir com um negócio que o motiva a empreender, sendo que indivíduos com altos níveis de confiança têm um desempenho mais diligente, estão mais propensos a tentar realizar um negócio e são capazes de mobilizar planos de ação específicos e recursos necessários para ter sucesso. O relato das entrevistas 3 e 7 dão ênfase aos resultados destes autores.

*“Minha determinação é meu ponto forte; mesmo as pessoas falando para eu largar isto e ir buscar um trabalho formal porque eu fui à faculdade e me licenciiei, eu não desisto porque eu quero ter uma confeitaria no shopping e estou trabalhando para ter isso”* (Ent-03).

*“Eu sou muito determinada e não desisto fácil; eu vejo oportunidade até onde não há. Quando eu comecei o meu negócio, tinha tudo para dar errado porque todo mundo estava a fazer isso na época, mas, eu coloquei cabeça que aquilo ia dar certo e estou a empreender até hoje”* (Ent-07).

Estudos recentes (e.g., Reid et al. 2015; Henley, 2017; Siwale et al., 2023; Delichte et al. 2024), onde se pesquisou a influência da religião e espiritualidade sobre os empreendedorismo feminino, demonstram que aspectos relacionadas à fé e à religiosidade também se revelaram uma característica pessoal impulsionadora das mulheres empresárias; neste estudo, as participantes demonstraram por meio de expressões verbais como “Graças a Deus” e “se Deus quiser”, conforme ressaltado pelas entrevistadas 4 e 6:

*“As outras competências são força, coragem, mas existe a parte religiosa também, porque espiritualmente eu clamava a Deus, pedindo socorro para que ele me desse força, porque eu sentia que eu não tinha mais ninguém para me ajudar”* (Ent-04).

*“Eu acho que são os meus filhos e minha fé em Deus, eu coloco o meu Deus sempre em primeiro lugar (...) por meus filhos eu venho aqui sorridente, eu deixo as pessoas à vontade e assim eu acabo atraindo muitos clientes para minha banca”* (Ent-06).

### ***Pontos Fracos***

No tocante às características pessoais apontadas como “Pontos Fracos” e que ainda precisam ser melhoradas, aperfeiçoadas ou desenvolvidas para facilitar o progresso de seus negócios, as empresárias reconheceram diversas delas, conforme encadeado pela entrevistada 4: *“Eu não tenho muita paciência com os colaboradores, sou um pouco rígida e estressada”* (Ent-04). O exemplo da entrevistada 5, revela características: *“Às vezes, eu tendo a agir mais com o coração, dentro do escritório com meus trabalhadores. Contudo, fora do escritório, tratando com fornecedores e clientes, a componente mental fala mais alto”* (Ent-5). A compreensão de suas limitações a serem suplantadas favorece seu desempenho, pois, de acordo com Liao et al. (2022), desenvolver variáveis motivacionais que estimulam a intenção de empreender é essencial para o sucesso da mulher empresária, visto que tais variáveis indicam quanta dificuldade um indivíduo está disposto a enfrentar e quanto esforço está disposto a empenhar para manter seu negócio.

Segundo Naguib (2024), nos países em desenvolvimento é frequentemente observado que a falta de autoconfiança constitui-se como uma barreira às mulheres de um modo geral, devido ao fato delas serem avaliadas principalmente pela óptica das responsabilidades domésticas e familiares. Essa conclusão pode ser observada no comentário da entrevista 2: *“No momento que se inicia um negócio, o medo acaba prejudicando a mulher, muitas vezes pela falta de apoio. O medo foi uma das barreiras que eu enfrentei, pois eu não estava segura se realmente podia avançar e se iria conseguir, eu pensava: “será que vale a pena investir?”* (Ent-02).

Participação de cursos e formações também foi levantado como habilidades empreendedoras que ainda precisam ser desenvolvidas, conforme indicado pelas entrevistadas 3: *“Eu sei que sou uma boa empreendedora, mas há poucos clientes, poucos recursos, pouco dinheiro para investir e falta de apoio governamental em Moçambique, por isso eu preciso fazer mais formações para ter conhecimento prático em confeitaria e me especializar mais, quanto na gestão de negócios para entender mais sobre como aumentar minhas vendas, melhorar as finanças e ter um estoque de reserva, pois eu quero expandir em outras áreas e crescer mais ”* (Ent-03). Naguib (2024) defende que é fundamental desenvolver competências empreendedoras por meio de formações e treinamentos adaptados às necessidades específicas das empresárias, destacando ainda, a

importância de introduzir perspectivas de género e questões éticas dentro de uma estrutura integrativa na educação empreendedora das mulheres.

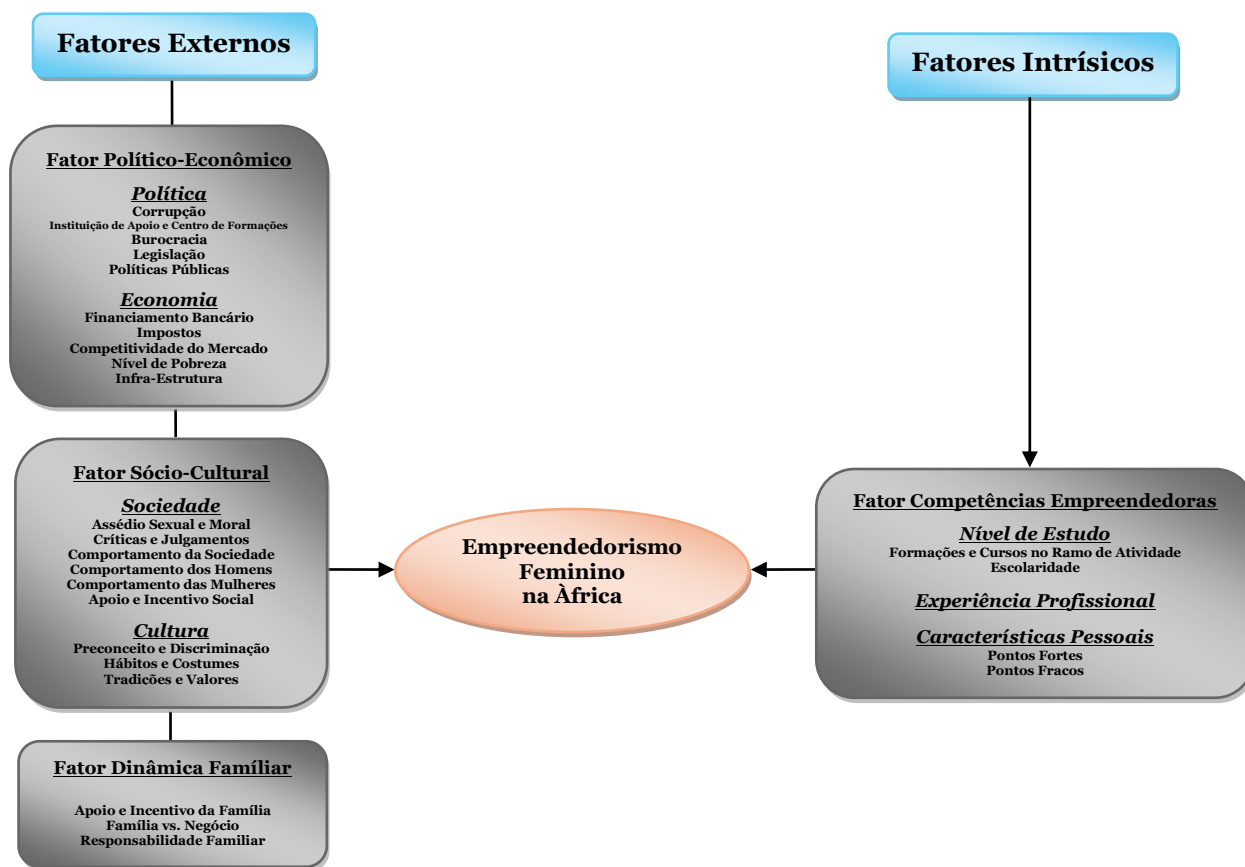
Jalil et al. (2023) destacam comportamentos marcantes que delineiam competências a serem otimizadas pelas mulheres empresárias, sendo que a percepção de suas fraquezas e limitações levam ao controle comportamental percebido e às atitudes corretivas em relação a esse comportamento.

#### **4.5 Proposta de Framework sobre os Fatores Cotextuais no Empreendedorismo Feminino**

Além das várias dificuldades comumente impostas ao empreendedorismo, as mulheres empresárias enfrentam também situações específicas (Phillips et al., 2014), que se configuram como obstáculos ainda mais restritivos para o sucesso de seus negócios (Calas et al., 2009). Deste modo, com base na literatura e nos resultados empíricos deste estudo, propõe-se aqui um *framework* (Figura 4), onde se sintetizam os principais fatores contextuais que podem criar barreiras e desafios ao empreendedorismo feminino, sendo estes os fatores externos e intrínsecos. Os fatores externos englobam o contexto político-económico, o cenário sócio-cultural e a dinâmica familiar. Os fatores intrínsecos referem-se às competências empreendedoras e aos aspectos motivacionais da mulher empresária, tais como o nível de estudo, experiência profissional e características pessoais.

Pretende-se com este *framework* fornecer informações úteis para que o governo e estudiosos nesta área, ao reconhecerem e compreenderem os fatores limitadores dos negócios femininos, possam formular e instituir políticas públicas eficazes, e também desenvolver mecanismos práticos, garantindo, assim, que as iniciativas e estratégias sejam implementadas para promover o empreendedorismo feminino e desenvolver o potencial e habilidades empreendedoras das mulheres.

Figura 4 – Modelo de Análise



Fonte: Elaboração própria.

# Capítulo 5

## Conclusões e Implicações

Neste último capítulo são apresentadas as principais conclusões do estudo, assim como os contributos teóricos e práticos, as limitações da pesquisa e sugestões para futuras investigações na área.

### 5.1 Conclusões Gerais

O objetivo do estudo foi investigar as principais barreiras e desafios no empreendedorismo feminino em Moçambique. Os resultados obtidos neste estudo permitiram retirar as seguintes conclusões.

Primeiramente, com esta pesquisa foi possível obter uma maior compreensão sobre as principais barreiras e desafios enfrentados pelas mulheres empresárias em Moçambique, alcançando assim, o objetivo do estudo. Mas, precisamente, foi possível identificar as seguintes temáticas: fatores externos (político-económico, sócio-cultural e dinâmica familiar) e fatores intrínsecos (competências empreendedoras, com ênfase no nível de estudo, experiência profissional e características pessoais).

Os resultados indicam que dentro do contexto político-económico, a corrupção foi considerada a maior barreira política imposta ao empreendedorismo feminino no país. Outras barreiras a serem ultrapassadas são a falta de cursos e formações gratuitos ou acessíveis voltados para a mulher adquirir conhecimento sobre a criação e gestão de negócios; seguido da burocracia excessiva, ausência de leis espífcas e de políticas públicas relacionadas para promover e impulsionar o empreendedorismo feminino ou que auxilie a mulher a criar e expandir seu negócio, foram outras barreiras identificadas. Ainda, a pouca participação feminina na política também emergiu como um novo fator limitante ao progresso do empreendedorismo feminino no país.

Relativamente ao contexto económico de Moçambique, conclui-se que a maior barreira às empresárias foi a dificuldades em aceder a empréstimos bancários, devido às elevadas taxas de juros, alta exigência de garantias e excesso de documentação. Barreira como altas taxas de impostos, maior competição de empresárias mulheres entre si do que a competitividade do mercado em geral, também são desafios que causam um significativo impacto negativo no negócio das mulheres moçambicanas.

Dois relevantes fatores emergiram como desafios económicos impostos às mulheres empresárias, nomeadamente o nível de pobreza e a falta de infra-estruturas. O primeiro é um fator que impõe desafios e ao mesmo tempo impulsiona o empreendedorismo feminino, uma vez que o aumento de negócios de mulheres, em Moçambique, está ocorrendo devido ao elevado nível de pobreza e alta taxa de desemprego no país; tal qual ocorre nos demais países africanos, onde o empreendedorismo feminino e de jovens surge como uma alternativa para o desemprego e aumento da renda familiar (Fatoki, 2014; Sharma e Madan 2014). Este quadro remete ao empreendedorismo por necessidade. As precárias infra-estruturas das rodovias e vias de acesso foi outro fator que emergiu como um obstáculo à expansão e crescimento dos negócios no país.

No que se refere ao fator Sócio-Cultural, todas as dimensões do contexto da sociedade abrangidas neste estudo mostram sofrer alguma influência do estereótipo de género. Neste cenário, o assédio sexual e moral foi constatado como o maior desafio enfrentado pelas mulheres empresárias, sendo que todas elas revelaram ter sofrido alguma situação ou momento em que foram assediadas. Nos aspectos “Críticas e Julgamentos”, “Comportamento da Sociedade” e “Comportamento dos Homens”, a questão de estereótipo de género ficou explícito com um dos maiores fatores limitadores ao empreendedorismo feminino em Moçambique. Todavia, o comportamento das mulheres está mais relacionado à questões de competitividade e empoderamento da mulher, do que à questões de género propriamente ditas.

Também ficou evidenciado pelos resultados que todas as dimensões da cultura moçambicana abrangidas neste estudo repercutem numa conjuntura desfavorável às mulheres com iniciativa de ter seu próprio negócio, sendo muito influenciadas por questões relacionadas ao estereótipos de género. Aqui, o preconceito e discriminação foi evidenciado como o maior desafio cultural enfrentado pelas empresárias, sendo também referido em estudos anteriores como um dos fatores mais críticos no empreendedorismo feminino africano, de um modo geral, já que a discriminação contra mulheres está relacionada aos estereótipos de género. Adicionalmente, ainda existe um acentuado conservadorismo relacionado aos aspectos culturais, hábitos e costumes, bem como as tradições e valores, remanescente de uma visão coletiva de que a mulher ainda deve estar voltada aos cuidados do lar e da família, intensificando-se ainda mais em algumas regiões e províncias do país.

Assim, neste estudo conclui-se que, embora a sociedade e a cultura moçambicana se encontre ainda “lenta”, ela está gradualmente mais receptiva para os diferentes papéis da mulher, mas ainda persistem estereótipos de género que influenciam, direta e indiretamente, nas barreiras e desafios enfrentados pela empresária moçambicana. As evidências empíricas também

demonstraram que ainda há uma certa resistência à emancipação e empoderamento das mulheres africanas, de um modo geral, como um fator que implica diretamente no avanço do empreendedorismo feminino no país.

Com os resultados obtidos, conclui-se, que no tocante ao fator Dinâmica Familiar, foi revelado que o apoio e incentivo familiar é essencial para o bom desempenho e sucesso da mulher em seus negócios, devido à forte influência exercida pela família e pelo cônjuge na vida e nos negócios da mulher africana. Sobre o aspecto Família x Negócio e Responsabilidade Familiar, as empresárias sentem-se sobrecarregadas ao tentar conciliar suas vidas familiares e o negócio. Todavia, estes três aspectos da Dinâmica Familiar resultaram como um fator motivador e não um desafio para as mulheres empresárias moçambicanas que são jovens, solteiras e sem filhos, pois tendem a receber mais apoio e incentivo de suas famílias.

Embora pesquisas recentes indiquem que a família é um aspecto limitador de crescimento dos negócios das mulheres em países africanos (Adom et al., 2018; Ali, 2018), quando as empresárias moçambicanas são incentivadas por suas famílias, especialmente recebendo apoio de seus maridos, a dinâmica familiar exerce um efeito positivo no desempenho de seus negócios.

Os resultados indicaram que o nível de estudo, que abrange tanto a escolaridade formal quanto as formações profissionalizantes, é o principal desafio, relativo à fatores intrínsecos, enfrentado pelas mulheres empresárias moçambicanas. De fato a educação tem desempenhado um importante papel propulsor no bom desempenho de seus negócios.

As evidências empíricas também mostraram que a maioria das empresárias ou estão empregadas atualmente ou já tinham experiência anterior de trabalho, no campo relacionado à sua área de negócio, ou numa área diferente, tendo isto influenciado positivamente os seus negócios.

No que se refere às Competências Empreendedoras, os resultados mostram que as empresárias estão conscientes e positivas sobre suas características pessoais tidas como pontos fortes e que contribuem para o bom desempenho do negócio, além de terem manifestado orgulho pelo novo “papel da mulher” que estão assumindo perante à sociedade: de provedora familiar e de ajudar a fomentar a economia do país. As empresárias demonstraram também ter consciência dos pontos fracos que precisam ser desenvolvidos ou aperfeiçoados para obter mais sucesso em seus negócios.

Os resultados revelaram que questões de gênero exercem uma grande influência sobre o fator sócio-cultural e a dinâmica familiar. Ficou evidenciado, assim, que a mulher empresária

ainda é vista de uma maneira estereotipada no papel tradicional de mãe, esposa e dona de casa. Por isso, em circunstâncias como essas, as empresárias tendem a fazer esforços extremos para superar esses obstáculos e garantir a sobrevivência e crescimento dos seus negócios (Sallah e Caesar, 2020). Assim, as descobertas exigem uma mudança de paradigma sócio-cultural e nas dinâmicas familiares para mudar a forma como as mulheres empresárias são vistas pela sociedade e o modo como o empreendedorismo feminino é recebido em Moçambique.

Neste estudo, ficou também evidenciado que os principais desafios enfrentados pelas empresárias moçambicanas estão diretamente relacionados às questões de estereótipos de gênero que envolvem sérias questões sócio-culturais, abrangendo aspectos como assédio sexual e moral, críticas e julgamentos, preconceito e discriminação.

Finalmente, esta pesquisa mostrou que, seja por necessidade ou oportunidade, as motivações que levam as mulheres moçambicanas a empreender, assim como ocorre com as empresárias de outros países africanos (e.g., Vieitez-Cerdeño et al., 2023) estão baseadas em valores sócio-culturais e responsabilidades familiares que visam alcançar autonomia financeira e garantir melhores perspectivas futuras para suas famílias, superando, assim, as barreiras e desafios que lhes são impostos, tanto nas suas vidas pessoais quanto nos seus negócios.

## **5.2 Contribuições Teóricas e Práticas**

Esta pesquisa apresenta várias contribuições e oferece avanços tanto ao nível teórico como prático, pois, até onde se sabe, no momento, este é um dos poucos estudos realizados em Moçambique sobre o empreendedorismo feminino.

Relativamente às contribuições teóricas, em primeiro lugar, este estudo permite uma melhor compreensão sobre empreendedorismo feminino africano, particularmente, a identificação das barreiras e desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras em Moçambique. Assim, o estudo identifica um conjunto de fatores externos e intrínsecos (conferir Figura 4) que funcionam como desafios e barreiras para o empreendedorismo feminino. Este estudo também sugere que estes fatores devem ser levados em consideração para a elaboração de políticas e implementação de programas de apoio às mulheres empresárias.

Os contributos práticos do estudo são igualmente significativos e emergiram das críticas e sugestões não exaustivas sobre política, economia e sociedade, extraídas das entrevistas realizadas. Primeiro, os resultados apresentados enriquecem a literatura sobre a Teoria de

Género (Scott, 1988), aplicando-a no contexto do empreendedorismo feminino. Deste modo, a pesquisa proporciona, aos estudiosos da área, uma melhor compreensão sobre o papel do género na mulher empresária, bem como no contexto dos seus negócios. O estudo também ressalta a necessidade de instituir medidas de políticas sociais mais eficazes que combatam, através de mudanças estruturais e legislação específica, o preconceito e a discriminação, bem como os crimes e atentados contra a integridade física, moral e psicológica da mulher, tais como o assédio sexual e moral sofrido, não somente pelas empresárias moçambicanas, mas pela generalidade das mulheres. Além disso, deve-se instituir políticas aplicadas às práticas de igualdade de género dentro do mundo dos negócios, visando diminuir as barreiras e os desafios enfrentados pelas mulheres empresárias, minimizando também a resistência da sociedade em relação ao empreendedorismo feminino.

Segundo, a partir das constatações deste estudo, não há dúvida de que a educação formal é um fator importante que afeta a capacidade das mulheres de administrar negócios com sucesso. O governo, agências internacionais e organizações não governamentais (ONGs) devem continuar a incentivar a educação formal de mulheres jovens (Adom, 2016/2017), assim como a educação, de um modo geral, formações e treinamentos devem ser disponibilizados de forma gratuita e acessível a todas as mulheres para fornecer às empresárias habilidades necessárias para gerir os seus negócios.

Terceiro, para se entender o empreendedorismo feminino, deve-se ter consideração o contexto local e a realidade sócio-cultural do país (Naguib, 2024). Por isso, a iniciativa pública deve primeiro reconhecer essas diversidades para assim formular e instituir políticas eficazes que possam promover o empreendedorismo feminino. Com base nestas políticas públicas, as mesmas devem ser implementadas, considerando os diferentes setores, as diversas regiões do país e as necessidades específicas das mulheres empresárias para, deste modo, garantir que iniciativas e estratégias sejam criadas e instituídas para promover o empreendedorismo feminino em Moçambique e desenvolver o potencial empreendedor das mulheres. Em suma, destaca-se não somente a necessidade de criar políticas públicas e legislações, mas principalmente aplicá-las no contexto real do que abrange as empresárias. Portanto, académicos e Estado/Governo precisam desenvolver tanto estruturas conceituais, quanto mecanismos práticos, extraídos do setor de atividade, como também do contexto específicos das diferentes regiões de cada país.

Quarto, como existe uma relação positiva entre as competências empreendedoras e o sucesso nos negócios (Irene, 2017), é necessário focar na formação e educação da mulher empresária, como uma estratégia para impulsionar o empreendedorismo feminino no país.

Por último, este estudo promove uma reflexão direcionada às mulheres moçambicanas, empresárias ou não, sobre a problemática e as questões relacionadas à perspectiva de género e como as suas iniciativas em criar um negócio próprio e o empreendedorismo feminino pode redefinir positivamente a importância de seu papel na sociedade e na família, ultrapassando as barreiras sócio-culturais e os desafios da tradicional dinâmica familiar de ser apenas dona-de-casa, mãe e esposa, incluindo uma posição político-económica merecidamente mais reconhecida por também ser provedora da família e agente de fomento na economia do país.

### **5.3 Limitações e Sugestões para Futuras Investigações**

Embora este estudo tenha sido adequado para atingir o objetivo proposto, apresenta algumas limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados e que sugerem direções para futuras investigações.

Uma das principais limitações do estudo prende-se com o pequeno número de participantes na pesquisa. Esta pesquisa foi realizada de forma online e principalmente por meio de indicações e redes de mulheres empresárias dentre as entrevistadas, ou seja, não foi uma amostra aleatória, mas por conveniência. Portanto, os resultados são fortemente influenciados pelo tipo de negócio e perfil das empresárias, o que pode ter comprometido a interpretação dos resultados referente à intensidade do impacto causado por algumas barreiras e desafios ao empreendedorismo feminino moçambicano de um modo geral. Por isso, é importante a precaução de não se elaborar generalizações na interpretação dos resultados alcançados.

A área de estudo também foi limitada, já que poderia ser conduzida de forma a abranger outras áreas e um maior número de empresárias. Deste modo, como proposta para uma futura investigação, a recolha de dados deverá ser alargada para incluir muitas outras cidades em Moçambique e abranger uma amostra maior de mulheres empresárias, fornecendo assim, mais detalhes sobre o empreendedorismo feminino neste tipo de contexto.

Apesar desta investigação ter sido realizada com base numa abordagem qualitativa, onde a literatura especializada sugere que o tamanho da amostra pode ser substancialmente menor, desde que se alcance a saturação teórica dos dados (Guest et al., 2006; Morse, 2000), o número de participantes do estudo permitiu analisar o fenómeno aqui presente em profundidade e com mais personalidade. Assim, sugere-se, para o futuro, realizar pesquisas com base numa abordagem quantitativa ou com métodos mistos, para avaliar a validade e

fiabilidade dos resultados aqui discutidos, o que também poderia revelar outros conhecimentos sobre o impacto das barreiras e desafios do empreendedorismo feminino.

O estudo concentrou inteiramente nos fatores externos, tais como a política, economia, sociedade, cultura e família impactam no empreendedorismo feminino em Moçambique. No entanto, outros fatores que são críticos para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino no continente africano também poderiam ter sido explorados para fornecer mais informações neste contexto. Estudos futuros devem incluir outros determinantes ou fatores e suas respectivas dimensões para indentificar possíveis barreiras e desafios enfrentados por mulheres empresárias moçambicanas.

Além disso, relativamente aos fatores intrínsecos, o estudo centrou-se exclusivamente em componentes ligadas à educação, trabalho e características pessoais das participantes para avaliar o desempenho e sucesso de seus negócios. Contudo, as mulheres empresárias podem apresentar várias formas de medir o seu próprio desempenho, bem como o sucesso de seus negócios (Adom, 2016), por isso outras questões críticas também podem ser abordadas. Pesquisas futuras devem procurar avaliar o impacto das competências empreendedoras no avanço do empreendedorismo feminino, bem como identificar outros critérios e características pessoais além das selecionados para este estudo.

Outra proposta de investigação futura sobre esta temática será realizar um estudo comparativo entre os diferentes ramos de atividade para averiguar como as barreiras e desafios se acentuam ou diminuem consoante ao setor no qual a empresária atua; ou também, realizar um estudo comparativo entre as diferentes regiões e províncias do país para compreender se existe alguma diferença.

Este estudo pode ser ainda expandido a outros países africanos. De acordo com Nguyen et al. (2022), as populações possuem visões particulares e comportamentos típicos devido às suas culturas. Logo, os desafios e barreiras enfrentados pelo empreendedorismo feminino, quanto aos seus consequentes impactos no desempenho da mulher empresária, podem ser diferentes entre os diversos países da África devido às estruturas e culturas distintas.

Por fim, apesar das limitações acima indicadas, considera-se que este estudo é um contributo válido para a compreensão do empreendedorismo feminino em Moçambique, e espera-se que, em termos teóricos, os resultados deste estudo possibilitem novas perspectivas para futuras investigações, observando a necessidade de explorar este fenômeno em diferentes contextos e em outros países africanos ou não.

Em termos práticos, espera-se que este estudo venha também estimular uma reflexão da sociedade, da cultura, da família e das próprias mulheres sobre questões mais igualitárias no sentido de género. No âmbito da política e da economia, este estudo mostra que o governo, estado, estrutura e autoridades responsáveis ofereçam maiores oportunidade e condições para que as mulheres empresárias consigam ultrapassar as barreiras e obstáculos enfrentados nos seus negócios e que possam desenvolver e avançar no contexto do empreendedorismo feminino.

## REFERÊNCIAS

- Acs, Z. J., & Varga, A. (2005). Entrepreneurship, agglomeration and technological change. *Small business economics*, 24(3), 323-334. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1998-4>.
- Adom, K., & sare-Yeboah, I.T. (2016). An evaluation of human capital theory and female entrepreneurship in sub-Saharan Africa: Some evidence from Ghana. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(4), 1-22. doi:10.1108/IJGE-12-2015-0048.
- Adom, K., Asare-Yeboah, I.T., Quaye, D.M. & Ampomah, A.O. (2018). A critical assessment of work and family life of female entrepreneurs in Sub-Saharan Africa: Some fresh evidence from Ghana. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 405-427. doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0063.
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(5), 595-621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138>.
- Aires, Luísa (2015). Paradigma qualitativo e práticas de investigação educacional. Universidade Aberta, Lisboa.
- Aldamiz-Echevarría, C., Idígoras, I., & Vicente-Molina, M. A. (2017). Gender issues related to choosing the successor in the family business. *European Journal of Family Business*, 7(1-2), 54-64. <https://doi.org/10.1016/j.ejfb.2017.10.002>.
- Aleshinloye, K. D. (2023). Women's Role in Africa's Tourism Industry: Overcoming Gender Disparities, Empowerment, and Entrepreneurship Challenges at a UNESCO World Heritage Site. *Tourism Planning & Development*, 21(4), 485-502. <https://doi.org/10.1080/21568316.2023.2230454>.
- Ali, R.S. (2018). Determinants of female entrepreneurs growth intentions: A case of female-owned small businesses in Ghana's tourism sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 387-404. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0057>.
- Amalia, R. T., & Von Korflesch, H. F. O (2021). Entrepreneurship education in Indonesian higher education: Mapping literature from the country's perspective. *Entrepreneurship Education*, 4(3), 291-333. doi:10.1007/s41959-021-00053-9.
- Amine, L. S., & Staub, K. M. (2009). Women entrepreneurs in sub-Saharan Africa: An institutional theory analysis from a social marketing point of view. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(2), 183-211. <https://doi.org/10.1080/08985620802182144>.
- Amoros, J. E., Ciravegna, L., Mandakovic, V., & Stenholm, P. (2019). Necessity or opportunity? The effects of state fragility and economic development on entrepreneurial efforts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(4), 725-750. doi:10.1177/1042258717736857.
- Ando, S., & Matsumura, M. (2020). Constrained inefficiency of competitive entrepreneurship. *Journal of Mathematical Economics*, 88, 98-103. <https://doi.org/10.1016/j.jmateco.2020.03.005>

- Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting & Social Change*, 102, 45–61. doi: 10.1016/J.TECHFORE.2015.04.006.
- Ashaley-Nikoi, J., & Abbey, E. (2023). Determinants of the level of informality amongst female street food vendors in sub-Saharan Africa: Evidence from two regions in Ghana. *Cities*, 138, 104359. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104359>.
- Aterido, R., & Hallward-Driemeier, M. (2011). Whose business is it anyway? *Small Business Economics*, 37(4), 443–464. doi: 10.1007/s11187-011-9375-y.
- Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*, Edições 70, Lisboa. Portugal, LDA, 288p.
- Barrett, M., & Moores, K. (2010). Looking anew at Women's entrepreneurship: How the family firm context and a radical subjectivist view of economics helps reshape Women's entrepreneurship research (women entrepreneurs in family business: A radical subjectivist view).
- Bastian, B., Metcalfe, B. D., & Hill, S. (2021). Gender, Culture and Entrepreneurship in the Middle East and North Africa (MENA). In book: "Women's Entrepreneurship and Culture: Socio-cultural context, traditional family roles and self-determination" Chapter 2 (pp.forthcoming). doi:10.4337/9781789905045.00009.
- Berbekova, A., Uysal, M. & Assaf, A. G. (2021). A thematic analysis of crisis management in tourism: A theoretical perspective. *Tourism Management*, 86, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104342>.
- Berguiga I., & Adair P. (2021). Funding Female Entrepreneurs in North Africa: Self-Selection vs. Discrimination? MSMEs, the Informal Sector and the Microfinance Industry. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 13(4), 394-419. doi:10.1108/IJGE-10-2020-0171.
- Berguida, I., & Adair, P. (2022). Are There Barriers to Funding Female Entrepreneurs in MENA Countries? *Journal of Economics and Finance*, 72(3), 200-221. <https://doi.org/10.32065/CJEF.2022.03.01>.
- Bird, B., & Brush, C. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 26(3), 41-65. <http://dx.doi.org/10.1177/104225870202600303>.
- Blau, F. D., Kahn, & L. M. (2017). The Gender Wage Gap: Extent, Trends, and Explanations. *Journal of Economic Literature*, 55(3), 789–865. <https://doi.org/10.1257/jel.20160995>.
- Block, J. H., & Wagner, M. (2010). Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: Characteristics and earnings differentials. *Schmalenbach Business Review*, 62, 154–174. doi:10.1007/BF03396803.
- Bonfanti, A., De Crescenzo, V., Simeoni, Loza, F., & Adai, C. R. (2024). Convergences and divergences in sustainable entrepreneurship and social entrepreneurship research: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*. 170, doi: 10.1016/j.jbusres.2023.114336.
- Borch, O. J., & Arthur, M. B. (1995). Strategic networks among small firms: implications for strategy research methodology. *Journal of management studies*, 32(4), 419-441. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1995.tb00783.x>.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Thousand Oaks, CA; London.

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>.
- Branisa, B., Klasen, S., & Ziegler, K., M. (2013). Gender inequality in social institutions and gendered development outcomes. *World Development*, 45(C), 252–268. ISSN 0305-750X. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2012.12.003>.
- Buana, Y., Hidayat, D., Prayogi, B., & Vendy, V. (2017). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of university students by adopting Linan model. *Binus Business Review*, 8(1), 67-75. <https://doi.org/10.21512/bbr.v8i1.1958>.
- Bullock, R., & Crane, C. (2021). Young Women's and Men's Opportunity Spaces in Dairy Intensification in Kenya. *Rural Sociology* 86(4), 777-808. <https://doi.org/10.1111/ruso.12385>.
- Buttner, E.H., & Moore, D.P., (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34–46.
- Braun, V., Clarke, V., & Weate, P. (2016). Using thematic analysis in sport and exercise research. In *Routledge handbook of qualitative research in sport and exercise* (pp. 213-227). Routledge.
- Calás, M. B, Smircich, L., & Bourne, K. A. (2009). Extending the boundaries: reframing "entrepreneurship as social change" through feminist perspectives. *The Academy of Management Review*. 34(3), 552-569. doi: 10.5465/AMR.2009.40633597.
- Campos, F., Hernandez-de-Benito, M., Jamison, J. C., Safir, A., & Zia, B. (2025). Persistent yet ameliorable shocks to female entrepreneurship: Experimental evidence from Kenya. *Journal of Development Economics*, 103546. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2025.103546>.
- Cao, W., Duan, X., & Niu, X. (2023). Access to finance, bureaucracy, and capital allocation efficiency. *Journal of Economics and Business*, 125, 106125. <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2023.106125>
- Carradus, A. (2017). Understanding the role of relational competency in copreneurial business through a gender perspective. In ISBE conference, Belfast, November (pp. 8-9).
- Cervello-Royo, R., Moya-Clemente, I., Perello-Marín, M. R., & Ribes-Giner, G. (2020). Sustainable development, economic and financial factors, that influence the opportunity-driven entrepreneurship. An fsQCA approach. *Journal of Business Research*, 115, 393–402. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.10.031.
- Chakrabarty, S., Bass, A.E., (2014). Institutionalizing ethics in institutional voids: building positive ethical strength to serve women microfinance borrowers in negative contexts. *Journal of Business Ethics*, 119(4), 529–542. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1833-9>.
- Chang, S. J., & Wu, B. (2014). Institutional barriers and industry dynamics. *Strategic Management Journal*, 35(8), 1103-1123. <https://doi.org/10.1002/smj.2152>.
- Chirwa, E. (2008). Effects of gender on the performance of micro and small enterprises in Malawi. *Development Southern Africa*, 25(3), 347–362. <https://doi.org/10.1080/03768350802212139>.
- Chitsike, C. (2000). Culture as a barrier to rural women's entrepreneurship: experience from Zimbabwe. *Gender & Development*, 8(1), 71–77. <https://doi.org/10.1080/741923408>.

- Coutryeconomy.com<sup>9</sup>. *Produto Interno Bruto (PIB) de Moçambique*. <https://pt.countryeconomy.com/governo/pib/mocambique>, consultado em 13/04/2024.
- Collins-dodd, C., Gordon, I. M., & Smart, C. (2004). Further evidence on the role of gender in financial performance. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 395–417. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00119.x>
- Constantinidis, C. (2021). How female entrepreneurs build strong business relationships: the power of gender stereotypes. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 13(3), 259-274. doi:10.1108/IJGE-11-2020-0185.
- Creswell, John (1997). Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions. *Networks: An Online Journal for Teacher Research*, 1(1), 62-62.
- Creswell, J. W., Klassen, A. C., Plano Clark, V. L., & Smith, K. C. (2011). Best practices for mixed methods research in the health sciences. Bethesda (Maryland). *National Institutes of Health*, 2013(2011), 541-545. <https://doi.org/10.1177/1473325013493540a>.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W.F., & Ajjan, H. (2019), Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: the role of information communications technology, *Journal of Business Research*, 98, 191-203. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.045>.
- Danes, S. M., Haberman, H. R., & McTavish, D. (2005). Gendered discourse about family business. *Family Relations*, 54(1), 116-130. <https://doi.org/10.1111/j.0197-6664.2005.00010.x>
- Danes, S. M., Stafford, K., & Loy, J. T. C. (2007). Family business performance: the effects of gender and management. *Journal of business Research*, 60(10), 1058-1069. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.013>.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6).
- de Deus, N. R. (2022)<sup>15</sup>. Fórum Mulher Moçambique 2022: Mulheres empreendedoras em Moçambique debatem novos desafios na era pós-pandémica. *VoaPortugues.com*. <https://www.voaportugues.com/a/mulheres-empreendedoras-em-mo%C3%A7ambique-debatem-novos-desafios-na-era-p%C3%B3s-pand%C3%A9mica/6518729.html>, consultado em 15/04/2024.
- Del-Aguila-Arcentales, S., Alvarez-Risco, A., Jaramillo-Arévalo, M., De-la-Cruz-Diaz, M., & de las Mercedes Anderson-Seminario, M. (2022). Influence of social, environmental and economic sustainable development goals (SDGs) over continuation of entrepreneurship and competitiveness. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2), 73. <https://doi.org/10.3390/joitmc8020073>.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6).
- Delichte, J., Powell, E. E., Hamann, R., & Baker, T. (2024). To profit or not to profit: Founder identity at the intersection of religion and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 39(4), 106403. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106403>.

- Digan, S. P., Sahi, G. K., Mantok, S., & Patel, P. C. (2019). Women's perceived empowerment in entrepreneurial efforts: the role of bricolage and psychological capital. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 206–229. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12402>.
- Dissanayake, D. M. N. S. W. (2013). The Impact of perceived desirability and perceived feasibility on entrepreneurial intention among undergraduate students in Sri Lanka: An extended model. *The Kelaniya Journal of Management*, 2(1), 39–57. DOI: 10.4038/kjm.v2i1.6543.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>.
- Elouaourti, Z., & Ibourk, A. (2024). Empowering African entrepreneurs: The crucial role of financial inclusion in mediating the relationship between contextual factors and entrepreneurial willingness. *Emerging Markets Review*, 59, 101118. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2024.101118>.
- Fatoki, O. (2014). Factors motivating young South African women to become entrepreneurs. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16), 184–190, DOI:10.5901/mjss.2014.v5n16p184.
- Farhan M. J., Ali A., & Kamarulzaman R. (2023). The influence of psychological capital and social capital on women entrepreneurs' intentions: the mediating role of attitude. *Humanities and Social Sciences Communications*. 10, 393. DOI: 10.1057/s41599-023-01908-3.
- Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I. A., Waheed, A., & Kanwal, N. (2018). Entrepreneurial intentions: the role of personality traits in perspective of theory of planned behaviour. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 399–414. <https://doi.org/10.1108/APJIE-01-2018-0004>.
- Fernandez, V. (2025). Exit decisions of women entrepreneurs in resource-constrained environments. *Research in International Business and Finance*, 76, 102798. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2025.102798>.
- Fiet, J. O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00042-7](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00042-7).
- Franco, M., Nagilla, M., & Rodrigues, M. (2023). The presence of women in family SMEs' succession process: a conceptual framework guided by gender perspective. *Journal of Family Business Management*, 13(3), 579–606.
- Franco, M.; Piceti, P. (2020). Family dynamics and gender perspective influencing copreneurship practices: a qualitative analysis in the Brazilian context. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 26(1), 14–33. doi: 10.1108/IJEBR-11-2017-0431.
- Gangi, Y. A. (2017). The role of entrepreneurship education and training on creation of the knowledge economy: Qatar leap to the future. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 375–388. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-06-2017-0032>.
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 35, 57–63.
- Godoy, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de empresas*, 35, 20–29.

- Gil, D., & Carrascosa, J. (1985). Science learning as a conceptual and methodological change. *European Journal of Science Education*, 7(3), 231-236. <https://doi.org/10.1080/0140528850070302>.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research: notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31. <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>.
- Global Entrepreneurship Monitor (2019)<sup>1</sup>. *Relatório sobre o empreendedorismo feminino*. <https://www.gemconsortium.org/>.
- Gomez, L. (2016). How does rule of law affect firm performance? comparing the effect of rule of law in companies located in countries with different level of development. *Journal of Development Economics*, 85(2), 1-26. <https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=142033>
- Grant, M. J., & Hallman, K. (2006). Pregnancy-related school dropout and prior school performance in South Africa. *Knowledge Commons, Digital Research Repository*. DOI: 10.31899/pgy2.1042.
- Grant, M. J., & Hallman, K. K. (2008). Pregnancy-related school dropout and prior school performance in KwaZulu-Natal, South Africa. *Studies in Family Planning*, 39(4), 369-382. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4465.2008.00181.x>.
- Greene, F. J., Han, L., & Marlow, S. (2013). Like mother, like daughter? Analyzing maternal influences upon women's entrepreneurial propensity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 687-711. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00484.x>.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough?: an experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>.
- Hallward-Driemeier, M., & Hasan, T. (2013). Empowering Women: Legal Opportunities in Africa. *Agence Francaise de Development and the World Bank*, .19-3.
- Hartog, C., Van Stel, A., & Storey, D. J. (2010). Institutions and entrepreneurship: The role of the rule of law. *EIM Scales paper H*, 201003, 591-629. <https://dhriiti.com/wp-content/uploads/2017/11/The-role-of-the-rule-of-law.pdf>
- Hendricks, L. (2003). Fast tracking women entrepreneurs in developing countries. <http://www.dti.gov.za/article/article>.
- Henley, A. (2017). Does religion influence entrepreneurial behaviour? *International Small Business Journal*, 35(5), 597-617. DOI: <https://doi.org/10.1177/0266242616656748>.
- Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(6), 1017-1032. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2017-0031>.
- Hentschel, T., Heilman, M. E., & Peus, C. V. (2020). The multiple dimensions of gender stereotypes: A current look at men's and women's characterizations of others and themselves. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-19. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011>
- Herman, E. (2018, March). Innovation and entrepreneurship for competitiveness in the EU: an empirical analysis. In Proceedings of the International Conference on Business Excellence, *Sciend*, 2(1), pp. 425-435.

- Holton, J. A. (2018). From grounded theory to grounded theorizing in qualitative research. *The SAGE handbook of qualitative business and management research methods*, 1, 233-250.
- Huang, Y., Li, P., Chen, L., & Wang, J. (2023). Opportunity or necessity entrepreneurship? A study based on the national system of entrepreneurship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), 100448, ISSN 2444-569X. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100448>.
- Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C., Carter, S., & Welter, F. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429-442. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x>.
- Hult, G. T. M., Snow, C. C., & Kandemir, D. (2003). The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. *Journal of management*, 29(3), 401-426. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\\_03\\_00017](https://doi.org/10.1016/S0149-2063_03_00017).
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>.
- Iodice, J., & Yourougou, P. (2016). Female entrepreneurs in Africa: negotiating power and production in the informal markets. *Transnational Corporations Review*, 8(4), 289–295, doi: 10.1080/19186444.2016.1265786.
- Irene, B.N.O. (2017). Women entrepreneurship in South Africa: understanding the role of competencies in business success, *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, pp. 1-9. doi:10.4102/sajesbm.v9i1.121.
- Imbaya B.H. (2012). The role of family support in performance of women–operated micro and small enterprises in Eldoret, Kenya. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 3(5), 502–508.
- Jack, S. L., & Anderson, A. R. (1999). Entrepreneurship education within the enterprise culture: producing reflective practitioners. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(3), 110-125. <https://doi.org/10.1108/13552559910284074>.
- Jalil, M. F., , Ali, A., Kamarulzaman, R. (2023). The influence of psychological capital and social capital on women entrepreneurs' intentions: the mediating role of attitude. *Hummanities and Social Sciences Communications*, 10, 393. doi: 10.1057/s41599-023-01908-3.
- James, A. (2012), Conceptualizing 'woman' as an entrepreneurial advantage: a reflexive approach, in Hughes, K.D. and Jennings, J.E. (Eds), *Global Women's Entrepreneurship Research: Diverse Settings, Questions and Approaches*, Edward Elgar, Cheltenham and Northampton, 226-240. <https://doi.org/10.4337/9781849804752.00022>.
- Jennings, J. E., & McDougald, M. S. (2007). Work-family interface experiences and coping strategies: implications for entrepreneurship research and practice. *Academy of Management Review*, 32(3), 747-760. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.25275510>.
- Johnson, J. E., & Powell, P. L. (1994). Decision making, risk and gender: are managers different?. *British Journal of Management*, 5(2), 123-138. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.1994.tb00073.x>.
- Kakande, M., 2007, "Financing for Gender Equality and Empowerment of Women: Ugandas Experience." EGM/FFGE/2007/E.8. New York: United Nations.

- Kamberidou, I. (2013). Women entrepreneurs: 'we cannot have change unless we have men in the room'. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 6. <https://doi.org/10.1186/2192-5372-2-6>.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied economics*, 45(6), 697-707. <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>.
- Khan, M. A., Rathore, K., & Sial, M. A. (2020). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium enterprises: Mediating effect of entrepreneurial competencies. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14(2), 508-528. <https://hdl.handle.net/10419/222912>.
- Kepler, E., & Shane, S. (2007). Are male and female entrepreneurs really that different? (pp. 1-59). Washington, DC: Office of Advocacy, US Small Business Administration.
- Kvale, Steinar (1996). Interviews: An introduction to qualitative research interviewing. London: Sage Publications.
- Kiggundu, M. N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done. *Journal of developmental entrepreneurship*, 7(3), 239.
- Kuada, J. (2009). Gender, social networks and entrepreneurship in Ghana. *Journal of African Business*, 10(1), 85-104. <https://doi.org/10.1080/15228910802701445>.
- Lakwo, A. (2006). Micro-Finance, Rural Livelihoods and Women's Empowerment in Uganda. *African Studies Centre*. Research Report 85/2006. ISBN-978-90-5448-069-3.
- Langevang, T., Gough, K., Yankson, P., Owusu, G., & Osei, R. (2015). Bounded Entrepreneurial Vitality: The Mixed Embeddedness of Female Entrepreneurship. *Economic Geography*, 91(4), 449-473. <https://doi.org/10.1111/ecge.12092>.
- Langowitz, N., e Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>.
- Lent, M., Anderson, A., Yunis, M.S. (2019). Understanding how legitimacy is acquired among informal home-based Pakistani small businesses. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 341-361. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00568-7>.
- Liao, Y., Nguyen, V. H. A., & Caputo, A. (2022). Unveiling the role of entrepreneurial knowledge and cognition as antecedents of entrepreneurial intention: a meta-analytic study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18, 623-1652. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00803-8>.
- Longin, F. e Santacreu-Vasut, E. (2019), Is Gender in the Pocket of Investors? Identifying Gender Bias Towards CEOs with a Lab Experiment (August 23, 2021). <https://ssrn.com/abstract=3370078> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3370078>.
- Lussier, R. N., & Sonfield, M. C. (2012). Family businesses' succession planning: a seven-country comparison. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(1), 7-19. <https://doi.org/10.1108/14626001211196370>.
- Mantere, S., & Ketokivi, M. (2013). Reasoning in organization science. *Academy of Management Review*, 38(1), 70-89. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0188>.
- Manzanera-Ruiz, R., Namasembe, O.M., & Molina, V.B. (2022): Female gender interests and education in women entrepreneurs' definition of success in Uganda,

- Entrepreneurship e Regional Development*, 35(1-2), 129-145. doi:10.1080/08985626.2022.2128897.
- Mari, M., Poggesi, S., & De Vita, L. (2016). Family embeddedness and business performance: Evidences from women-owned firms. *Management Decision*, 54(2), 476-500. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2014-0453>.
- Marshall, Martin (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice – Oxford University Press*, 13 (6), 522-525.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>.
- Mason, J. (2006). Mixing methods in a qualitatively driven way. *Qualitative research*, 6(1), 9-25. <https://doi.org/10.1177/1468794106058866>.
- Mehtap, S., Pellegrini, M. M., Caputo, A., & Welsh, D. H. (2017). Entrepreneurial intentions of young women in the Arab world: Socio-cultural and educational barriers. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(6), 880-902. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2017-0214>.
- Mehtap, S., Ozmenekse, L., & Caputo, A. (2019). “I’m a stay at home businesswoman”: an insight into informal entrepreneurship in Jordan. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 44-65. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2017-0080>.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 125-142. <https://doi.org/10.1108/14626001311298448>.
- Manolopoulos, D., Chatzopoulou, E., Kottaridi, C. (2018), Resources, home institutional context and SMEs' exporting: direct relationships and contingency effects. *International Business Review*, 27(5), 993-1006. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.02.011>.
- Miralles, F., Riverola, C., Giones, F. (2012). Analysing nascent entrepreneurs' behaviour through intentionbased models. Proceedings of The 7th European Conference On Innovation and Entrepreneurship.
- Moçambique Hoje<sup>12</sup>. *Emprego em Moçambique*. <https://mocambiquehoje.com/emprego-em-mocambique/>, consultado em 15/04/2024.
- Moçambique Hoje<sup>14</sup>. *Empreendedorismo em Moçambique*. <https://mocambiquehoje.com/empreendedorismo-em-mocambique/>, consultado em 15/04/2024.
- Monteith, W., Camfield L. (2019). Business as family, family as business: female entrepreneurship in Kampala, Uganda. *Geoforum*, 101, 111-121. doi: 10.1016/j.geoforum.2019.03.003.
- Morse, J.M. (2000). Determining sample size. *Qualitative Health Research*, 10(1), 3–5. doi: 10.1177/104973200129118183.
- Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 25(3), 554–580.

- Naguib, R. (2024). Motivations and barriers to female entrepreneurship: insights from Morocco. *Journal of African Business*, 25(1), 9-36. [10.1080/15228916.2022.2053400](https://doi.org/10.1080/15228916.2022.2053400).
- Ndofirepi, T.M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9, 2. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x>
- Neneh, B. N. (2017). Family Support and Performance of Women-owned Enterprises: The Mediating Effect of Family-to-Work Enrichment. *The Journal of Entrepreneurship*, 26(2), 196-219. <https://doi.org/10.1177/0971355717716762>.
- Nguyen, M. H., Nguyen, H. T. T., Le, T. T., Luong, A. P., & Vuong, Q. H. (2022). Gender issues in family business research: a bibliometric scoping review. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 29(3), 166-188. <https://doi.org/10.1108/JABES-01-2021-0014>.
- Neumeyer, X., Santos, S.C., Caetano, A., & Kalbfleisch, P. (2019). Entrepreneurship ecosystems and women entrepreneurs: a social capital and network approach. *Small Business Economics*. 53 (2), 475–489. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9996-5>.
- Ngoasong, M. Z., & Kimbu, A. N. (2019). Why hurry? The slow process of high growth in women-owned businesses in a resource-scarce context. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 40-58. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12493>.
- Ojong, N., Simba, A., & Dana, L. (2021). Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. *Journal of Business Research*, 132, 233-248. doi: 10.1016/j.jbusres.2021.04.032.
- Okolo-Obasi, E. N., & Uduji, J. I. (2024). Government enterprise and empowerment program (GEEP) and women's performance in entrepreneurship development in Nigeria. *Development in Practice*, 34(1), 3-20. <https://doi.org/10.1080/09614524.2023.2178639>.
- Ongo Nkoa, B. E., & Song, J. S. (2023). How digital innovation affects women's entrepreneurship in Africa? An analysis of transmission channels. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14657503231162288>.
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2008). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (2e ed.). Paris : Armand Colin.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed). Newbury Park, CA: Sage.
- Perren, L., & Ram, M. (2004). Case-study method in small business and entrepreneurial research: mapping boundaries and perspectives. *International Small Business journal*, 22(1), 83-101. <https://doi.org/10.1177/0266242604039482>.
- Phillips, M., Moos, M., & Nieman, G. (2014). The impact of government support initiatives on the growth of female businesses in Tshwane South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(15), 85-92. doi: 10.5901/mjss.2014.v5n15p85.
- Phong, N. D., Thao, N. T. P., & Nguyen, N. P. (2020). Entrepreneurial intent of business students: Empirical evidence from a transitional economy. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1747962. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1747962>.

- Poggesi, S., Mari, M., & De Vita, L. (2016). What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 735–764 (2016). <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0364-5>.
- Portal do Governo de Moçambique<sup>6</sup>. *Demografia de Moçambique*. <https://www.portaldogoverno.gov.mz/por/Mocambique/Populacao>, consultado em 13/04/2024.
- Portal do Governo de Moçambique<sup>7</sup>. *Política de Moçambique*. <https://www.portaldogoverno.gov.mz/por/Mocambique/Politica>, consultado em 13/04/2024.
- Portal do Governo de Moçambique<sup>7</sup>. *Estrutura do Governo de Moçambique*. <https://mocambiquehoje.com/estrutura-do-governo-de-mocambique/>, consultado em 13/04/2024.
- Portal do Governo de Moçambique<sup>8</sup>. *Economia de Moçambique*. <https://mocambiquehoje.com/economia-de-mocambique/>, consultado em 13/04/2024.
- Portal do Governo de Moçambique<sup>13</sup>. *Empresas em Moçambique*. <https://www.portaldogoverno.gov.mz/por/Empresas>, consultado em 15/04/2024.
- Porter, G., Hampshire, K., Abane, A., Munthali, A., Robson, E., De Lannoy, A., & Owusu, S. (2019). Mobile phones, gender, and female empowerment in sub-Saharan Africa: studies with African youth. *Information Technology for Development*, 26(1), 180–193. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1622500>.
- Powell, G. N. (2018). *Women and men in management*: Sage Publications.
- Powell, G. N., & Eddleston, K. A. (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: do female and male entrepreneurs experience different outcomes?. *Journal of business venturing*, 28(2), 261-280. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.02.007>.
- Proudfoot, K. (2023). Inductive/deductive hybrid thematic analysis in mixed methods research. *Journal of mixed methods research*, 17(3), 308-326. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>.
- Queiroz, M. I. P. (1987). Relatos orais: do "indizível ao "dizível". *Ciência e Cultura*, São Paulo, 39(3):272-283<sup>4</sup>.
- Ramadani, V., Agarwal, S., Caputo, A., Agrawal, V., & Dixit, J. K. (2022). Sustainable competencies of social entrepreneurship for sustainable development: Exploratory analysis from a developing economy. *Business Strategy and the Environment*, 31(7), 3437–3453. doi:10.1002/bse.3093.
- Rametse, N., Huq, A. (2015). Social influences on entrepreneurial aspirations of higher education students: empirical evidence from the University of Botswana women students. *Small Enterprise Research*, 22(1). <https://doi.org/10.1080/13215906.2015.1018381>.
- Ratten, V., & Jones, P. (2021). Entrepreneurship and management education: exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100431. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100431>.
- Reid, M., Roumpi, D., & O'Leary-Kelly A. M. (2015). Spirited women: the role of spirituality in the work lives of women entrepreneurs in Ghana, Africa. *Journal of Management*, 1(3), 264- 283. doi: 10.1080/23322373.2015.1062710.

- Rodrigues, M., & Franco, M. (2022). Revisiting Copreneurial from a Business Perspective: Theoretical Developments. *Journal of Family Business Management*, 12(4), 780-798. <https://doi.org/10.1108/JFBM-12-2020-0116>.
- Sallah, C. A., & Caesar, L.D (2020). Intangible resources and the growth of women businesses: Empirical evidence from an emerging market economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 12(3), 329-355. doi: 10.1108/JEEE-05-2019-0070.
- Saunders, C., Palesy, D., & Lewis, J. (2019). Systematic review and conceptual framework for health literacy training in health professions education. *Health Professions Education*, 5(1), 13-29. <https://doi.org/10.1016/j.hpe.2018.03.003>.
- Selamat, N. H., & Endut, N. (2020). Bargaining with patriarchy and entrepreneurship: Narratives of Malay Muslim women entrepreneurs in Malaysia. *Kajian Malaysia*, 38(1), 11-31.
- Salinas, A., Ortiz, C., Muffatto; M. (2019). Business regulation, rule of law and formal entrepreneurship: evidence from developing countries. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*. 8 (2): 254–271. <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2019-0019>
- Sautet, F. (2013). Local and systemic entrepreneurship: Solving the puzzle of entrepreneurship and economic development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (2), 387–402. doi:10.1111/j.1540-6520.2011.00469.x.
- Scuotto, V., Giudice, D., Tarba, M., Chang, S., & Petruzzelli, V. M., A (2020). International social SMEs in emerging countries: Do governments support their international growth? *Journal of World Business*, 55, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.05.002>.
- Sendra-Pons, P., Belarbi-Munoz, S., Garzon, D., & Mas-Tur, A. (2022). Cross-country differences in drivers of female necessity entrepreneurship. *Service Business*, 16(4). doi: 971–989. doi:10.1007/s11628-021-00470-9.
- Sesan, T., Clifford, M., Jewitt, S., & Ray, C. (2019). “We learnt that being together would give us a Voice”: gender perspectives on the East African improved-cookstove value chain. *Feminist Economics*, 25(4), 240–266. <https://doi.org/10.1080/13545701.2019.1657924>.
- Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 29-36. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90024-N](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90024-N).
- Shah, I. A., Amjed, S., & Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s40008-020-00195-4>.
- Shah, N., & Soomro, B. A. (2017). Investigating entrepreneurial intention among public sector university students of Pakistan. *Education + Training*, 59(7/8), 841-855. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2016-0168>.
- Sharma Y (2013). Women entrepreneur in India. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(3): 9-14. e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668.
- Sharma, L., Madan, P. (2014). Effect of individual factors on youth entrepreneurship – a study of Uttarakhand state, India. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 4(3), 1-17. <https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-3>.

- Shearman, S. (2020). Female African entrepreneurs can add millions to economies if taken more seriously. *Global Citizen*, <https://www.globalcitizen.org/en/content/opportunities-for-african-women-entrepreneur-in-uk/>.
- Shisana, O., Rice, K., Zungu, N., & Zuma K (2010). Gender and poverty in South Africa in the era of HIV/AIDS: a quantitative study. *Journal of Womens Health* , 19(1), 39-46. <https://doi.org/10.1089/jwh.2008.1200>.
- Simarasl, N., Tabesh, P., Munyon, T. P., & Marzban, Z. (2024). Unveiled confidence: Exploring how institutional support enhances the entrepreneurial self-efficacy and performance of female entrepreneurs in constrained contexts. *European Management Journal*, 42(1), 33-45. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.07.003>
- Siwale, J., Gurău, C., Aluko, O., Dana, L. P., & Ojo, S. (2023). Toward understanding the dynamics of the relationship between religion, entrepreneurship and social change: Empirical findings from technology-savvy African immigrants in UK. *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122153. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122153>.
- Steel, G. (2021). Going global - going digital. Diaspora networks and female online entrepreneurship in Khartoum, Sudan. *Geoforum*, 120(4), 22-29. doi:10.1016/j.geoforum.2021.01.003.
- Soost, C., & Moog, P. (2021). Gender and organizational performance in business succession. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(1), 93-122. <https://doi.org/10.1080/08276331.2019.1692765>.
- Sonfield, M. C., & Lussier, R. N. (2012). Gender in family business management: A multinational analysis. *Journal of Family Business Management*, 2(2), 110-129. <https://doi.org/10.1108/20436231211261862>.
- Sun, H., Ni, W., Teh, P. L., & Lo, C. (2020). The systematic impact of personal characteristics on entrepreneurial intentions of engineering students. *Frontiers in Psychology*, 11, 1072. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01072>.
- Sun, J., Shi, J., & Zhang, J. (2023). From entrepreneurship education to entrepreneurial intention: Mindset, motivation, and prior exposure. *Frontiers in Psychology*, 14, 954118. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.954118>.
- Sun, S. L., Ding, Z., Joseph, G. (2023). Expanding inclusive markets through corruption control: a multilevel modeling analysis for a grand challenge. *Journal of International Management*, 29(6), 101068, ISSN 1075-4253. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2023.101068>.
- Sullivan, D. M., & Meek, W. R. (2012). Gender and entrepreneurship: a review and process model. *Journal of Managerial Psychology*, 27(5), 428-458. <https://doi.org/10.1108/02683941211235373>.
- Strauss, A. L. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge university press.
- Szymanska, I. I., & Rubin, B. A. (2018). Gender and relationship differences in the perceptions of male and female leadership. *Gender in Management: An International Journal*, 33(4), 254-281. <https://doi.org/10.1108/GM-06-2016-0127>.
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage.

- Tlaiss, H. A., & McAdam, M. (2021). Unexpected lives: The intersection of Islam and Arab women's entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 171(2), 253-272. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04437-0>.
- Tlaiss, H. A., McAdam, M. (2021). Islam, Arab women's entrepreneurship and the construal of success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(3), 821-844. <https://doi.org/10.1108/IJEER-08-2020-0523>.
- Thomas, J., Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *Medical Research Methodology*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>.
- Trauth, E. M. (2013). The role of theory in gender and information systems research. *Information and Organization*, 23(4), 277-293. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2013.08.003>.
- Trujano, J. E.; Phiri, L. (2022). Triple dissonance: women-led funds. With a gender lens. In Africa. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(3), 763-784. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1990832>.
- Tuli, F. (2011). The basis of distinction between qualitative and quantitative research in social science: reflection on ontological, epistemological and methodological perspectives. *Ethiopian Journal of Education and Sciences*, 6(1), 97-108. DOI: 10.4314/ejesc.v6i1.65384.
- Vaidya, R. Corruption (2019), Re-corruption and what transpires in between: the case of a government officer in India. *Journal of Business Ethics*, 156, 605-620. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3612-5>
- Vieitez-Cerdeño, S., Manzanera-Ruiz, R., & Namasembe, O. M. M. (2023). Ugandan women's approaches to doing business and becoming entrepreneurs. *Third World Quarterly*, 44(7), 1435-1454. doi: 10.1080/01436597.2023.2189580.
- Walker, E. A., Brown, A. (2004). What success factors are important to small business owners? *International Small Business Journal*. 22(6), 577-594. doi: 10.1177/0266242604047411.
- Weber, C., Fasse, A., Haugh, H. M., & Grote, U. (2023). Varieties of necessity entrepreneurship: new insights from Sub Saharan Africa. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(5), 1843-1876. doi:10.1177/10422587221111737.
- Welsh, D. H. B., Memili, E., Kaciak, E., Ahmed, S. (2013). Sudanese women entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18(2), 1350013 (18 pages). doi: 10.1142/S1084946713500131.
- Welsh D.H.B., Kim G., Memili E., & Kaciak E. (2014). The influence of family moral support and personal problems on firm performance: The case of Korean female entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 19(3), 1-17.
- Welsh D.H.B., Memili E., & Kaciak E. (2016). An empirical analysis of the impact of family moral support on Turkish women entrepreneurs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(1), 3-12.
- Welsh, D.H., Botero, I.C., Kaciak, E., Kopanić, J., (2021). Family emotional support in the transformation of women entrepreneurs. *Journal of Business Research*. 137, 444-451. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.059>.
- Welter, F. (2020). Contextualizing entrepreneurship theory (p. 188). *Taylor & Francis*. doi: 10.4324/9781351110631.

- Williams, C. C., Martinez–Perez, A., & Kedir, A. M (2017). Informal entrepreneurship in developing economies: the impacts of starting up unregistered on firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5), 773–799. doi:10.1111/ etap.12238.
- World Bank Group<sup>10</sup>. O Banco Mundial em Moçambique. *Aspectos Gerais em Moçambique*. <https://www.worldbank.org/pt/country/mozambique/overview>, consultado em 15/04/2024.
- World Bank Group<sup>11</sup>. O Banco Mundial em Moçambique. *Serviços Básicos em Moçambique*. <https://www.worldbank.org/pt/country/mozambique/overview>, consultado em 15/04/2024.
- Yin, R. (2015), *Case Study Research*, Sage, Newbury Park, CA.
- Yin, R. K. (2015). *Qualitative research from start to finish*. Guilford publications.
- Zhang, C., & Basha, D. (2023). Women as leaders: the glass ceiling effect on women's leadership success in public bureaucracies. *Gender in Management: An International Journal*, 38(4), 489-503. ISSN 1754-2413. <https://doi.org/10.1108/GM-09-2021-0283>.
- Zulfqar, A. (2017). *An analysis of leadership practices and leadership development in Pakistan universities*. Doctoral dissertation, Ghent University.

# Apêndices

## Apêndice 1 - Convite para participar da Entrevista

**Assunto:** Convite para participar de uma entrevista de investigação científica

**Tema:** Empreendedorismo Feminino na África (Moçambique): Barreiras e Desafios

Prezada Senhora Empreendedora,

Meu nome é Jaciara Lucimar Vasconcelos de Albuquerque, sou brasileira, administradora e estou cursando meu Mestrado em Empreendedorismo e Criação de Empresas na Universidade da Beira Interior em Covilhã, Portugal.

Como trabalho final para conclusão deste curso, sob orientação do Professor Doutor Mário José Baptista Franco, estou elaborando minha dissertação, cuja temática é o Empreendedorismo Femenino e tem como objetivo analisar as barreiras e desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras em Moçambique.

Para que esse estudo seja concluído com êxito, faz-se necessário realizar a parte empírica dessa investigação científica, por meio de entrevistas feitas à empreendedoras moçambicanas. Por isso, gostaria de convidá-la a colaborar neste projeto, uma vez que sua participação é fundamental para termos uma percepção sobre as dificuldades e limitações do empreendedorismo feminino e avançarmos no que pode ser feito para suplantar essas barreiras e obstáculos, não somente para as empreendedoras moçambicanas, mas também para todas as mulheres empreendedoras. Assim:

- Será realizada uma entrevista online, com duração de 40 minutos a 1 hora.
- Serão feitas perguntas abertas, abrangendo tópicos específicos relacionados à criação, sobrevivência e crescimento de seu negócio.
- Não serão abordadas questões de cunho privado ou de vida pessoal, ou ainda aspectos sigilosos, estratégicos e confidenciais de seu negócio.
- Seu nome e o nome de sua empresa poderão ser alterados, para sua maior privacidade.
- Apenas eu, como investigadora, terei acesso aos seus dados pessoais, que serão tratados de forma codificada e não divulgados.
- Será assinado um termo de compromisso/responsabilidade entre a entrevistada/empreendedora e a entrevistadora/investigadora, autorizando a entrevista e a utilização das respostas para o estudo em questão.
- Os resultados obtidos serão utilizados para fins académicos.

Gostaria de ressaltar que sua participação neste estudo é voluntária e confidencial. Caso tenha qualquer dúvida ou precise de mais informações para tomar sua decisão, sinta-se à vontade para entrar em contato comigo através de meu e-mail.

Agradeço antecipadamente sua participação e disponibilidade para contribuir com este estudo, cujo resultado será importante para ajudar a entender quais as principais dificuldades e barreiras enfrentadas pelas mulheres empreendedoras em Moçambique.

Assim, subscrevo-me com os melhores cumprimentos.

Covilhã, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2024.

---

Mestranda: Jaciara Lucimar Vasconcelos de Albuquerque

---

Professor: Doutor Mário José Baptista Franco

## Apêndice 2 – Guião da Entrevista

Data da Entrevista: \_\_\_\_\_

Hora do início: \_\_\_\_\_ Hora do fim: \_\_\_\_\_

### Dados da Empreendedora

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_

Filhos: \_\_\_\_\_

Cidade/Região: \_\_\_\_\_

### Dados do Empreendimento

Nome do Estabelecimento: \_\_\_\_\_

Ramo de Atividade: \_\_\_\_\_

Nº de Funcionários: \_\_\_\_\_

Ano de Constituição da Empresa: \_\_\_\_\_

#### 1. Fatores Externos

##### 1.1. Fatores Político-Económicos

(1) Quais aspectos do cenário político-económico configuram-se como obstáculos e desafios que as mulheres empresárias moçambicanas enfrentam para:

- (a) Iniciar seu negócio;
- (b) Administrar seu negócio;
- (c) Sobrevivência de seu negócio;
- (d) Expandir seu negócio.

##### 1.2. Fatores Sócio-Culturais

(1) Quais aspectos do contexto sócio-cultural configuram-se como obstáculos e desafios que as mulheres empresárias moçambicanas enfrentam para:

- (a) Iniciar seu negócio;
- (b) Administrar seu negócio;
- (c) Sobrevivência de seu negócio;
- (d) Expandir seu negócio.

### **1.3. Dinâmica Familiar**

- (1) Quais os papéis específicos e responsabilidades assumidos pela empreendedora junto a sua família?
- (2) Qual a contribuição financeira que empreendedora assume perante sua família?
- (3) Como a combinação de papéis de trabalho e família influenciam em sua vida familiar?
- (4) Quais os efeitos que essas funções tem no desempenho específico do negócio?
- (5) Há envolvimento e/ou interferência familiar nos seus negócios; se sim, como, quais e por quê?
  
- (6) Quais aspectos no contexto familiar configuram-se como obstáculos e desafios que as mulheres empresárias moçambicanas enfrentam para:
  - (a) Iniciar seu negócio;
  - (b) Administrar seu negócio;
  - (c) Sobrevivência de seu negócio;
  - (d) Expandir seu negócio.

## **2. Fatores Intrínsecos**

### **2.1. Competências Empreendedoras**

- (1) Quando e como iniciou seu negócio?
  
- (2) Quais características pessoais contribuem para o bom desempenho e sucesso de seu negócio?
  
- (3) Quais qualidades/habilidades empreendedoras precisam ser desenvolvidas/aperfeiçadas para melhorar o bom desempenho e sucesso de seu negócio?
  
- (4) Quais características pessoais configuraram-se como barreiras e desafios para:
  - (a) Iniciar seu negócio;
  - (b) Administrar seu negócio;
  - (c) Sobrevivência de seu negócio;
  - (d) Expandir seu negócio.

### **2.2. Grau de Escolaridade e Experiência Profissional:**

- (1) Qual seu grau de escolaridade?
- (2) Quais sua experiência profissional anterior à criação de seu negócio?
- (3) Participou de algum treinamento específico ou formação para seu setor de negócio?

(4) O seu nível de estudo configurou-se como barreira e obstáculo para:

- (a) Iniciar seu negócio; se sim, por quê?
- (b) Administrar seu negócio; se sim, por quê?
- (c) Sobrevivência de seu negócio; se sim, por quê?
- (d) Expandir seu negócio; se sim, por quê?

(5) Sua experiência profissional anterior configurou-se como barreira e obstáculo para:

- (a) Iniciar seu negócio; se sim, por quê?
- (b) Administrar seu negócio; se sim, por quê?
- (c) Sobrevivência de seu negócio; se sim, por quê?
- (d) Expandir seu negócio; se sim, por quê?