



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Empreendedorismo Feminino: Obstáculos, Motivações e Desafios

Mestrado em
Economia da Empresa e da Concorrência

Carolina Condeço Rodrigues
Nº94936

Orientadora:
Professora Doutora Nádja Nogueira Simões Crespo,
Professora Associada, ISCTE-IUL

Junho, 2022

iscte

BUSINESS
SCHOOL

Departamento de Economia

Empreendedorismo Feminino: Obstáculos, Motivações e Desafios

Mestrado em
Economia da Empresa e da Concorrência

Carolina Condeço Rodrigues
Nº94936

Orientadora:
Professora Doutora Nádía Nogueira Simões Crespo,
Professora Associada, ISCTE-IUL

Junho, 2022

Agradecimentos

Este projeto de tese, simboliza o terminar de mais um ciclo acadêmico. A sua elaboração, não seria possível sem muito trabalho e dedicação. Assim quero agradecer em primeiro lugar, à minha orientadora, Prof. Dr.^a Nádia Simões, por toda a motivação e apoio dado ao longo deste processo. Contribuiu muito para que este trabalho fosse possível, mostrando-me os melhores caminhos a seguir, com a sua total disponibilidade.

Em segundo lugar, quero agradecer a todos os que me são próximos, que de uma forma ou de outra, me motivaram e mostraram que vale sempre a pena investir na nossa educação.

Resumo

O conceito de empreendedorismo é um tema cada vez mais explorado, sendo o objetivo deste projeto de tese, estudar uma das suas formas, o Empreendedorismo Feminino. De forma, a estudar detalhadamente, as diferentes motivações, reações, obstáculos e vantagens/desvantagem de quem o pratica. A grande questão de investigação estabelecida, para este projeto de tese – Empreendedorismo feminino, quais são as diferenças e os desafios a que estão expostas as mulheres? – permitirá esse estudo detalhado.

Ao longo deste trabalho, será possível encontrar uma revisão da literatura sobre o tema, bem como o enquadramento deste em Portugal. O grande tema de investigação leva-nos a conceitos como a cultura empreendedora, desigualdades na sociedade e também a evolução do papel da mulher no mercado de trabalho. Estes conceitos permitiram verificar a evolução do empreendedorismo ao longo dos tempos, demonstrando que, no nosso país é ainda um tema pouco abordado. Revelando a importância e a necessidade de sensibilização do ensino, deste conceito, aos mais jovens. O empreendedorismo, em qualquer uma das suas formas, terá sempre um papel relevante nos países, pois trará novos negócios, novas ideias e por consequência novas necessidades aos consumidores.

De forma a responder à questão de investigação, foram utilizadas hipóteses de apoio, que serviram de guião para a metodologia deste trabalho. Passando esta, pela aplicação de um questionário e pela construção de dois modelos econométricos. A análise de estatística descritiva e dos modelos pretendem dar resposta, mas também espelhar a realidade, socioeconómica do nosso país, verificando o que a revisão de literatura demonstra.

Palavras Chaves:

Empreendedorismo feminino; Auto-Emprego; Intenções de empreender; Motivações; Desigualdade de género

Classificação JEL:

B54; L26

Abstract

The concept of entrepreneurship is an increasingly explored theme, and the objective of this thesis project is to study one of its forms, Female Entrepreneurship, studying in detail, the disadvantageous differences, obstacles and advantages/disadvantages for those who practice it. Being the major research question of this thesis project - Female Entrepreneurship, what are the differences and challenges to which they are exposed to as women?

Throughout this work, it will be possible to find a good review of literature on the subject, such as its framework in Portugal. The major research topic leads us to concepts such as entrepreneurial culture, inequalities in society, as well as the evolution of the role of women in the labor market. These also made it possible to verify an evolution over time of entrepreneurship, demonstrating that in our country, it is still a small topic of concepts. Revealing the importance and need to raise awareness of the teaching of this concept to younger people. Entrepreneurship, in either form, will play a role in ideas and new businesses relevant to new needs consumers.

In order to answer the research question, supporting hypotheses were used, which will serve as a guide for the methodology of this work. Going through the application of an inquiry, and through the construction of two econometric models. A descriptive statistical analysis and econometric models, intend to give an answer, but also mirror the socioeconomic reality of our country, verifying what the literature review has shown.

Key Words:

Female Entrepreneurship; Self-employment; Entrepreneurial intentions; Motivations; Gender inequality

JEL classification:

B54; L26

Índice

1. Introdução	1
2. Revisão de Literatura	5
2.1. Empreendedorismo e as suas Definições	5
2.2. Motivações para o Empreendedorismo	7
2.3. Noção de Cultura Empreendedora	8
2.4. Empreendedorismo Feminino	9
2.5. Presença da Mulher no Mercado de Trabalho	13
3. Contextualização Caso Português	15
3.1. A Mulher na Sociedade Portuguesa	15
3.2. Desigualdade na Sociedade Portuguesa	16
3.3. Portugal e o Empreendedorismo	19
4. Metodologia	23
4.1. Inquérito por questionário	23
4.2. Questionário sobre Empreendedorismo Feminino	25
5. Evidência Empírica	29
6. Modelo Econométrico	43
7. Conclusões	49
Bibliografia	53
Anexo A-	57

Índice Tabelas

Tabela 1: Evidência de Questões Estabelecidas no Inquérito	26
Tabela 2: Caraterização da Amostra	29
Tabela 3: Análise pseudo R ²	44
Tabela 4: Análise Coeficientes de Ambos os Modelos.....	46
Tabela 5: Detalhe de Variáveis Presentes nos Modelos.....	47

Índice Gráficos

Gráfico 1: “O que o motivaria a seguir o empreendedorismo?”	31
Gráfico 2: “Optando por uma carreira de empreendedor, o que acha para si mais importante?” ..	32
Gráfico 3: “O que o desmotiva, a iniciar uma carreira empreendedora?”	33
Gráfico 4: “Criação de negócio, por género”	34
Gráfico 5: “Pretensão de Investimento por género, no próximo ano”	36
Gráfico 6: “Família Detentora, por género”	37
Gráfico 7: “Situação Profissional”	39
Gráfico 8: “Área de Interesse de Investimento, por género”	40

1. Introdução

Apesar do conceito de empreendedorismo estar presente na nossa sociedade desde os anos 80 do século XX, é no século XVIII que a palavra “empreendedorismo”, surge de forma a caracterizar o desejo de empreender, de realizar, de contruir algo novo. Segundo o relatório da GEM (2019-2020), o empreendedorismo é “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou uma nova iniciativa, tal como o emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos, ou negócios estabelecidos”. O empreendedorismo, tem assim um papel relevante nos países, pois os chamados empreendedores criam e geram novos negócios e novas necessidades para os consumidores. Tendo sempre como grande objetivo, o sucesso e a obtenção de lucros.

O empreendedorismo feminino, é uma das formas que o empreendedorismo pode tomar, sendo este o que é dominado e impulsionado por mulheres. É no empreendedorismo feminino que este projeto de tese se pretende focar, na medida em que se quer demonstrar as diferenças, as motivações, os obstáculos e desafios que o empreendedorismo feminino enfrenta face ao empreendedorismo dominado por homens. Como é do conhecimento geral Portugal foi, até abril de 1974, um país muito conservador, onde a ideia do papel da mulher centrava-se apenas nas lides domésticas e cuidados com a família (Ferreira, 2010). Pretende-se mostrar que as mulheres, têm vindo a ter uma participação ativa na sociedade e a acompanhar as mudanças sociais e económicas. Com a entrada no novo milénio, a inovação tecnológica, a globalização e todos os meios ao dispor da sociedade, permitiram a aceleração natural de um ambiente mais propício para a criação e desenvolvimento do empreendedorismo português, onde também as mulheres marcam presença (Almeida, 2007).

O estudo do empreendedorismo feminino em Portugal, é essencial porque este pode ser o caminho para o desenvolvimento económico da nossa sociedade e também para uma sociedade mais equitativa (Chaves & Parente, 2011). É assim, o intuito deste trabalho estudar e verificar as diferenças, as desigualdades, as reações, as vantagens/desvantagens e os obstáculos, que quem por este opta, enfrenta. A motivação para trabalhar este tema, surgiu do interesse pelo conceito “empreendedorismo”, pela curiosidade dos contornos do empreendedorismo feminino em Portugal, mas também pela atualidade do tema, uma vez que em 2020 foi elaborado, um estudo pela Comissão Europeia, de forma a discutir estratégias para a igualdade de género durante o período estabelecido de 5 anos (2020-2025). O objetivo desse estudo, é existir em 2025 uma Europa em que a igualdade de género esteja concretizada. Pretende-se que, homens e mulheres, não sejam alvo de violência, nem exista discriminação no acesso a oportunidades

entre homens e mulheres. No fundo, que não se verifique desigualdade estrutural nos estados-membros (Comissão Europeia, 2020).

A União Europeia, é considerada à escala mundial, um bloco económico onde 14 dos seus estados-membros têm uma boa classificação no que toca à igualdade. Porém, ainda não foi possível a nenhum deles, atingir em pleno a igualdade de géneros. No índice de igualdade de género de 2019 da União Europeia, os países obtiveram 67,4 pontos. Ao contrário do que ocorreu em 2005, onde os estados-membros só tinham atingido os 5,4 pontos (Comissão Europeia, 2020). Esta melhoria em 14 anos, demonstrou que apesar da grande evolução, ainda estão presentes, as disparidades ao nível de estudantes, as desigualdades a nível salarial e as diferenças na presença no espaço público. Quaisquer cidadãos, devem expressar as suas ideias e seguir de forma livre todos os percursos profissionais, sem que tenham de ser sujeitos a normas de género estereotipadas pela sociedade.

Apesar de estarmos no século XXI, existe ainda muita violência e assédio com base no género, desta forma, a Comissão Europeia pretende promover a integração de forma sistemática. Assim é essencial, a introdução de ambos os sexos em todos os domínios políticos, quer a nível interno quer externo. Permitindo às mulheres, ultrapassar os obstáculos existentes e ter uma participação ativa na sociedade. É objetivo da União Europeia, alcançar um equilíbrio entre homens e mulheres na tomada de decisão, de forma que esta seja representativa ao nível local, regional, nacional e europeu. É ainda recorrente a violência contra a mulher no contexto doméstico, sendo hoje, um dos grandes desafios da nossa sociedade. Apesar de todas as campanhas contra a violência, esta continua a não ser denunciada, sendo muitas vezes ignorada, não havendo proteção suficiente para as vítimas. É neste sentido, que a Comissão Europeia (2020) pretende, formações em vários estados-membros de forma a disponibilizar recursos necessários para o apoio das vítimas de violência. Esta falta de apoio às vítimas de violência doméstica, decorre de cerca de 44% dos europeus, considerar que a função mais importante da mulher é cuidar da família e da casa.

A participação da mulher no mercado de trabalho, permite aos países fazer face à diminuição de mão de obra disponível e também de escassez de competências. Torna-se assim essencial, a criação de serviços de cuidados de dependentes a seu encargo, de forma que estas sejam conduzidas ao mercado de trabalho (Comissão Europeia, 2020).

Segundo a Comissão Europeia (2020), neste momento, a taxa de mulheres empregadas na União Europeia é a mais elevada de sempre, demonstrando assim os obstáculos que as mulheres

têm vindo a ultrapassar nos últimos anos. É esperado que tanto homens como mulheres realizem de forma equitativa o seu plano tanto a nível pessoal como profissional, permitindo que sejam colmatadas as disparidades de género no mercado de trabalho europeu. Com esta igualdade alcançada, é dada às mulheres igualdade de oportunidade enquanto empreendedoras e empresárias. É imperativa, a criação de políticas económicas e sociais, bem como sistemas fiscais e de proteção social, que não promovam a desigualdade estrutural de género, baseados nos papéis tradicionalmente atribuídos às mulheres e aos homens. É neste sentido, que a União Europeia, tem o compromisso de assegurar que 85% de todos os novos programas contribuam para a igualdade de género e para a capacitação das mulheres. Quando falamos na presença da mulher para a diminuição da desigualdade no futuro, podemos tomar dados sobre a presença da mesma em cargos de chefia, bem como no parlamento e governos nacionais. Temos assim uma participação na Europa, em média de 32,7%, sendo a Suécia, o país que maior participação tem, 49,6% dos membros do seu governo e parlamento são mulheres. São os países do norte da Europa que maior abertura têm para estas questões, apresentando valores já superiores no início do século. Portugal, tem uma participação de 39,5%, está deste modo acima da média europeia, convém referir que no ano de 2003, esta participação era de apenas 20,5%. Alcançar esta igualdade de género é uma responsabilidade mundial, que exige a participação de todos para a atingir. Existe na Europa, mais mulheres licenciadas que homens, porém nas profissões mais bem remuneradas estas tem uma presença menor, o que revela a subvalorização do trabalho das mulheres. Desde 1957 que está consagrado o princípio da igualdade de remuneração, porém este princípio continua a ser violado e verificamos disparidades salariais, que geram por consequência pensões mais baixas. Perante esta desigualdade, a Comissão Europeia (2020) propõe: (1) a eliminação das disparidades; (2) combate, à não participação das mulheres no mercado de trabalho; (3) combate ao trabalho não remunerado; (4) diminuição do recurso ao trabalho a tempo parcial; (5) eliminação/diminuição das interrupções de carreira.

A revisão de literatura elaborada, partiu do grande tema empreendedorismo, ou seja a sua origem, disseminação e popularização. De seguida, foram exploradas as suas diversas definições, intenções e motivações. Mais particularmente introduzidos temas, como a cultura empreendedora, de forma a servir de apoio à explicação do empreendedorismo na sociedade e mais concretamente ao empreendedorismo feminino. Com a intenção de partir do geral para o particular, a revisão de literatura, explora o tema do empreendedorismo feminino, desde o seu aparecimento nos anos 70 do século passado até aos dias de hoje, demonstrando as diversas dificuldades, obstáculos e desafios que as mulheres estão expostas. É neste capítulo que é

explorado o tema da evolução da presença da mulher no mercado de trabalho. Com o intuito de contextualização do caso português no campo do empreendedorismo feminino, foi elaborado um capítulo que pretende demonstrar a evolução da figura da mulher portuguesa na sociedade, as desigualdades verificadas no nosso país e também políticas de suportes ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora.

Através do tratamento dos tópicos referidos foi possível delinear uma grande questão de investigação: Empreendedorismo feminino, quais são as diferenças e os desafios a que estão expostas as mulheres? Com intenção, de servir de suporte a esta questão e a explorar o tema, foram criadas um conjunto de questões mais detalhadas que pretendem demonstrar as grandes diferenças existentes entre o empreendedorismo feminino e o empreendedorismo dominado por homens: (1) Motivações; (2) Intenções; (3) Liderança; (4) Rendimento; (5) Discriminação; (6) Influências; (7) Risco.

A estrutura deste projeto de tese, passa numa primeira fase na apresentação de uma revisão de literatura sobre o empreendedorismo ao longo dos tempos bem como do que leva os indivíduos a este, ou seja, as motivações de quem é levado a empreender. Para servir de fio condutor a este projeto é apresentada uma noção de cultura empreendedora para que possa esta noção ser levada à metodologia para encontrar uma perspetiva da realidade do nosso país face a este conceito. É ainda possível, encontrar um enquadramento do caso português de empreendedorismo, desde o seu aparecimento até à atualidade. Numa última fase, é efetuada uma metodologia para servir de suporte a este estudo. Esta metodologia passará pela criação de um inquérito por questionário, desenhado com o intuito de responder à questão de investigação, destinado à população em geral. Além do inquérito por questionário, serão ainda apresentados dois modelos econométricos que pretendem analisar o conceito de empreendedorismo numa vertente de longo e curto prazo. Por último, serão apresentadas, conclusões do estudo bem como limitações encontradas.

2. Revisão de Literatura

2.1. Empreendedorismo e as suas Definições

Vamos tomar como ponto de partida a palavra “empreendedorismo”, esta é uma palavra de origem francesa que surgiu no século XVIII e que compreende as palavras “entre” e “prende”. À época, a palavra subentendia que quem o praticasse assumia grandes projetos de produção e que se comprometia a implementar as suas próprias ideias, com vista à obtenção de sucesso/lucro. Say (1816), definiu empreendedor, como um indivíduo que combina da melhor forma os recursos que tem ao seu dispor (terra, trabalho e capital), para gerar o máximo valor possível. Apesar de associarmos a Jean-Baptiste Say, o início do uso da palavra empreendedorismo, foi Cantillon (2017) que deu, a noção de empreendedor. O autor dividiu, a sociedade em duas classes: a classe dos indivíduos que recebem salários fixos e a classe dos indivíduos que possuem rendas não fixas, de acordo com o autor, o empreendedor é um indivíduo que possui uma receita incerta perante o seu investimento (dadas as leis do mercado concorrencial). Devemos ainda a Cantillon (2017), o facto de terminar com a teoria da destruição possível que um empreendedor poderia causar ao mercado. O autor, defende a ideia de que, este poderia servir melhor o consumidor ao ir ao encontro das preferências do mesmo. Fica assim claro, que o empreendedorismo pode ser assim visto como um processo criativo, onde não há disrupção, mas sim reinvenção ou substituição.

O Empreendedorismo, apesar de ter surgido no século XVI, foi apenas no século XX, exposto e explorado pelo economista austríaco Schumpeter (2000), como forma de explicação da sua teoria da destruição criativa. Demonstrando a importância e o papel do empreendedor na economia capitalista. Segundo este autor, quem pratica este conceito, é versátil, tem capacidade de decisão, possuiu técnicas de produção e capacidade de reunir meios financeiros para colocar em prática as suas ideias/inoações, trata-se assim, de um agente de transformação económica. Esta quebra de séculos, deve-se ao facto de as escolas Clássicas, Neoclássicas e Keynesiana não estudarem o conceito de empreendedorismo, utilizando sempre para os seus modelos o conceito de mercado em concorrência perfeita. Este é um mercado, caracterizado pela homogeneidade de bens e serviços, um pequeno número de empresas a operar e existência de informação perfeita (tanto para consumidores como para concorrentes). Deste modo, num modelo deste género não existia espaço para a inovação e para movimentos de mudança, que estão na base da criação de um empreendedor.

É no século XX, que o conceito de empreendedorismo, demonstra a necessidade de arriscar em ideias com o objetivo de formar organizações/empresas, ou seja, o empreendedor passa a

ser alguém que tem de assumir riscos e pode ser mais/menos avesso ao risco. Na década de 80 do século passado, o conceito difunde-se e a investigação sobre o mesmo passa a ter um enquadramento mais rigoroso e sistemático, devido às mudanças de cariz económico, nomeadamente a globalização e também a inovação tecnológica. É nesta época que Pinchot (1999) reformula o conceito em estudo com a ideia de intra-empendedor, sendo este uma pessoa que é empreendedora, mas que trabalha dentro de uma organização.

No século XXI, uma das definições mais aceites é dada por Robert D. Hisrich, que no seu livro, define que estamos perante um processo de criação de algo diferente/inovador e com valor, onde se dedica o tempo e esforço necessário, assumindo-se os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes. Deste processo deverá receber-se consequentes recompensas de satisfação económica e pessoal. Chegamos a esta definição com a evolução económica, permitindo criar um conceito cada vez mais ajustado e complexo. Os conceitos de aversão ao risco, processos de criatividade, inovação, objetivo de gerar lucro, foram conceitos que ao longo dos tempos foram introduzidos e estudados. Podemos assim associar o empreendedorismo, ao processo dinâmico que se liga claramente ao desenvolvimento dos países a nível social, político, económico e cultural, não só no contexto nacional como nos processos de internacionalização e de globalização (FARAH, 2008).

O processo de criação de novas ideias de um empreendedor, traz inúmeros benefícios: (1) inspira tendências; (2) novas soluções; (3) impulsiona o aparecimento de produtos inovadores; (4) responde aos problemas dos consumidores; (5) estimula a coragem; (6) promove a competitividade; (7) facilita a comunicação; (8) favorece o crescimento pessoal e profissional; (9) ultrapassa os limites impostos e por último; (10) contribui para a construção de uma sociedade mais eficiente e eficaz. (Dornelas, 2008). Verificamos assim, que o empreendedorismo é um fenómeno socioeconómico que tem sido valorizado, dada a sua importância no crescimento e desenvolvimento de economias regionais e nacionais.

Em suma, podemos verificar que existem muitas formas de definir a palavra empreendedorismo e que esta é uma área de estudo e não uma ciência exata. Não existe uma única definição para empreendedor. É alguém que cria algo, organiza, assume riscos, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e gera sinergias. Segundo Dornelas (2008), os empreendedores são visionários, bons gestores, com ideias diferentes, exploram ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, dedicados, suportam o nível de risco,

otimistas e acima de tudo apaixonados pelo que fazem. São indivíduos independentes que constroem o seu próprio destino.

2.2. Motivações para o Empreendedorismo

Nos primeiros anos do século XX, pela mão de Max Weber foi publicado “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, que relevou ser uma das primeiras reflexões sobre a motivação para a ação de empreender. Weber (2015), destaca a influência que a religião pode ter na vida profissional, e os motivos que podem ter levado as diferenças existentes. Apesar de um ambiente ser mais ou menos favorável, os indivíduos têm hábitos e raízes distintas. Algumas culturas e etnias favorecem o desejo de independência, de realização pessoal, do risco ou lucro, mais do que outros. O empreendedorismo é assim muito condicionado pelos ambientes sociais e económicos onde se está inserido. Que condicionam os lucros da atividade económicas e empreendedora de um país.

Para Robbins (2002), a motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços do indivíduo para alcançar uma meta. Podemos verificar, que existem inúmeros fatores que motivam o empreendedorismo, tais como: (1) fatores pessoais, com o desejo de realização pessoal, insatisfação no trabalho, vontade de ganhar dinheiro, mudança de estilo de vida, desemprego. Podem existir também necessidades de autoridade e de poder, neste caso, o indivíduo tem necessidade de ser influente, efetivo e de ter impacto. Existindo uma grande necessidade de liderar e de fazer com que as suas ideias prevaleçam; (2) fatores ambientais, identificação de oportunidades de negócio; (3) fatores sociológicos, estar no seio de um grupo de pessoas competentes e com características semelhantes, ou possibilidade de entrar num negócio de família com qual se identifique.

McClelland (1961), identificou como necessidades do empreendedor: o poder e sucesso profissional, sendo este visto como o seu principal objetivo. A motivação para ser empreendedor, passa pela perceção do indivíduo na ponderação dos conceitos de riscos e recompensa. O empreendedor consegue transformar as suas ideias, é no fundo considerado sonhador e visionário, o que lhe permite destacar-se dos diferentes elementos da sociedade. É um impulsionador de mudança.

As características de um empreendedor passam por: ser criativo, ter valores e habilitações específicas, possuir conhecimento do negócio, saber aproveitar as oportunidades. É um ser que tem autoconfiança, sabedoria, capacidade para enfrentar desafios, determinação, é extrovertido, sabe comunicar, é líder, possui pensamento crítico e tem uma visão estratégica com foco nos

resultados, entre outras características que fazem de um empreendedor um Homem de sucesso. Através destas características podemos estar perante diferentes tipos de empreendedor: (1) empreendedor nato, demonstra desde cedo traços característicos; (2) o herdeiro, tendo ou não uma personalidade empreendedora, sente a obrigação de dar continuidade à tradição familiar; (3) o funcionário de empresa, que por insatisfação cria o seu próprio negócio; (4) finalmente existem os excelentes técnicos com características empreendedoras e com um grande know-how.

2.3. Noção de Cultura Empreendedora

A noção de cultura empreendedora é fundamental, pois expressa o que é na realidade o empreendedorismo. Esta cultura poderá manifestar-se de diversas formas. Como é do conhecimento geral, a atividade empreendedora tem maior relevo num dado grupo de países do que em outro (Neck et al., 2004). O que influencia esta diferença verificada são os padrões culturais, os seus valores e crenças de cada país. Desde o início do uso do conceito de empreendedorismo, era esperado que o contexto social e cultural onde cada indivíduo estava inserido, influenciasse de forma negativa ou positiva o desempenho do empreendedor, bem como o seu desenvolvimento e sucesso. Uma pequena parte das pessoas nasce com uma capacidade empreendedora inata enquanto outra parte, pode ser influenciada pela educação e a cultura. É neste sentido, que se acredita que uma cultura empreendedora não só é fundamental, como deve ser promovida. Cada indivíduo nasce como uma folha em branco. As características do empreendedor, vão sendo desenvolvidas de forma negativa ou positiva, segundo o ambiente que o envolve e a época em que vive. Para que haja sucesso na disseminação deste tipo de cultura, têm de existir ações de promoção, de forma que cada indivíduo se sinta motivado a agir segundo este tipo de cultura.

Este conceito, revela-se de extrema importância quando falamos de desenvolvimento económico, pois uma cultura com este espírito promoverá mais ações de empreendedorismo coletivo. Tendo este poder de transformação de uma região ou mesmo de um país, inovando-o e desenvolvendo-o (Sarkar, 2010). A implementação e desenvolvimento desta cultura passará pelo início do ensino aos jovens. Permitindo assim, a criação de novas oportunidades de desenvolvimento do país, bem como a capitalização do mesmo, criando estruturas para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Segundo Sarkar (2010), o conceito em análise é influenciado por quatro determinantes: (1) contexto macro empreendedor, que depende das políticas económicas, sociais, culturais que

podem favorecer ou não o empreendedorismo; (2) contexto familiar, a tradição empreendedora, as influências culturais que podem ou não determinar um novo empreendedor; (3) as características de cada um, onde podemos encontrar, a aversão ao risco, a idade, o grau de educação e o gênero; (4) a capacidade de gerir um negócio. Podemos ter indivíduos com uma grande capacidade de gestão e que são bem-sucedidos e outros que apesar do espírito empreendedor não tem tanta aptidão, e logo não tem tanto sucesso.

Existe cada vez mais, a noção da importância e da necessidade da existência de uma cultura empreendedora, que permite gerar lucros e mais-valias não só nas organizações como na sociedade e por consequência num país (Isenberg, 2010). Assim, teremos no seio de cada país, trabalhadores que se adaptam aos diferentes desafios e ambientes de trabalho e que conseguem desenvolver atividades inovadoras promovendo assim o espírito empreendedor.

2.4. Empreendedorismo Feminino

Empreendedorismo feminino, é um conceito que explora uma das vertentes do empreendedorismo dito comum, sendo que este, é apenas impulsionado e desenvolvido por mulheres. Neste caso, são as mulheres, que colocam em prática as suas ideias inovadoras e liderar os seus próprios negócios. Esta forma de empreendedorismo, tem vindo a quebrar paradigmas e a promover a igualdade de géneros, de forma a atingir o objetivo de uma sociedade mais justa e igualitária.

De acordo com Bernardino et al (2018), o empreendedorismo feminino pode ser promovido, através da melhor definição do conceito e complementado com pesquisas sobre os ambientes macro envolventes das mulheres empreendedoras. Integrando estudos de diferentes países, regiões ao nível urbano ou rural, em diferentes áreas de possíveis negócios. Em segundo lugar, torna-se importante compreender as diferenças e o impacto deste conceito perante o empreendedorismo dominado pelo sexo oposto, passando pelas relações existentes entre géneros, ocupação e estrutura organizacional. Uma definição própria do conceito de empreendedorismo feminino, permitirá explicar e dar diretrizes para avançar neste campo, melhorando consequentemente a economia de um país. De forma, a promover o empreendedorismo feminino, as mulheres devem ser encorajadas a seguirem o caminho da educação e especialização, de forma a mitigar os estereótipos que enfrentam. A promoção deste conceito, pode apresentar em cada país diferentes formas, uma vez que existem diferenças socioculturais, com base no conceito já apresentado de cultura empreendedora.

É pela mão da autora Schwartz (1973), que surge o conceito de empreendedorismo feminino, na segunda metade do século XX. A autora explora no seu artigo, as mudanças ocorridas à época, nomeadamente a vontade que as mulheres passam a ter para serem empreendedoras. Schwartz (1973), verificava já problemas de desigualdade entre ambos os géneros, nomeadamente a nível salarial e também de liderança partindo-se do pressuposto que as mulheres são menos capazes fisicamente e psicologicamente. É evidente que existia preconceito em relação à contratação de mulheres, tendo a sociedade em mente que os homens eram mais capazes de trabalhar, dirigir e liderar que as mulheres. Sendo dado às mulheres tarefas distintas e salários menores, reforçando a sua inferioridade. Contudo, existiam à época, mulheres que já possuíam e lideravam os seus próprios negócios e ideias, ainda que pequenos, demonstravam um bom desempenho nesse campo. Transmitindo deste modo a ideia, de que a realidade da mulher estaria a mudar e a evoluir. Na década seguinte, a autora Neider (1987), estabelece a importância do crescimento da liderança feita por mulheres na criação e desenvolvimento de novos pequenos negócios. Porém, estabelece as já existentes barreiras ao nível do género e também as dificuldades que ainda hoje persistem sobretudo, a de conciliar a vida profissional com a vida pessoal.

Cada vez mais, as mulheres têm vindo a ocupar espaço na criação e desenvolvimento de novos negócios Winn (2005), apesar dos muitos fatores que explicam a sua dificuldade em iniciar uma carreira como empreendedoras. A percentagem de mulheres que decide iniciar uma carreira como empreendedora é menor do que a do sexo oposto, contudo, apesar disso, as mulheres dão um grande contributo à atividade empreendedora. Esta decisão de iniciar um negócio, segundo Winn (2005), é um processo complexo que incorpora a personalidade, os interesses, a educação, os modelos de conduta, as habilitações e, por último as oportunidades existentes. O empreendedorismo feminino é assim, sempre visto como um 2º plano face ao empreendedorismo masculino.

Muitas das mulheres empreendedoras, apresentam características de empreendedores, tendo motivações diferentes das que os homens apresentam, contudo demonstram claramente uma minoria no contexto das economias globais. As motivações da mulher empreendedora passam pela realização pessoal, alcance de metas por elas definidas, independência, frustração no emprego, interesse e reconhecimento de oportunidade de negócio, experiência na área de negócios e de gestão. É comum a mulher empreendedora iniciar os seus negócios por volta dos 35-45 anos e possuir educação superior. A mulher empreendedora é criativa, realista e tem capacidade para lidar com o ambiente macro que a envolve. Paralelamente a todas as

características inumeradas a mulher empreendedora ao escolher abrir o seu próprio negócio, consegue conciliar a vida profissional com a vida pessoal e familiar (Winn, 2005)

Conciliar todos os seus papéis sociais, é o que se espera de uma mulher, ao contrário do que ocorre com os indivíduos do sexo masculino, em que apenas se espera deles que mantenham um emprego e que alcancem o sucesso profissional, é assim evidente a desigualdade entre géneros. Deste modo, o empreendedorismo feminino permite muitas vezes, com a formação de negócio, a flexibilidade horária, trabalhando muitas vezes em casa. Este ponto é considerado benéfico para o sucesso de uma carreira empreendedora, permitindo dar suporte à família ao mesmo tempo que se trabalha. Levando à ideia de que, a mulher empreendedora que não concilie todas as suas funções (familiares e profissionais), terá menos sucesso na sua carreira.

Um estudo de 2016 (Rembulan et al., 2016), demonstra que a maioria das mulheres empreendedoras tem menor conflito com os aspetos acima mencionados: tempo e pressão social. Ao contrário das mulheres empregadas que têm um conflito maior em responder a todos os seus papéis sociais. Tornando a sua vida um verdadeiro desafio, principalmente com o peso da maternidade que sem o devido suporte, faz a mulher desistir da sua carreira profissional por completo.

Apesar, dos preconceitos do passado em relação ao papel da mulher na sociedade, graças a muitas reivindicações de grupos, esta situação tem vindo a estreitar-se e a mulher passou a conquistar novos espaços e a entrar em mundos onde antes não a encontrávamos. As mulheres hoje estudam, tem acesso ao mercado de trabalho, chegam a cargos de topo e podem ter o seu próprio negócio. Porém há ainda no século XXI, a ideia enraizada de que a mulher é que tem responsabilidade pelos filhos, pela casa e pelas lides domésticas. Embora o género feminino, tenha vindo a provar ao longo dos tempos a sua capacidade e a forma como ultrapassa todos os desafios que a sociedade lhe impõe, existem ainda diversos fatores que tendem a diminuir o empreendedorismo feminino. Sendo estes, (1) a cultura que acompanha as mulheres; (2) as regras que regem a sociedade onde estão inseridas; (3) inexistência de instituições de suporte, tais como serviços de educação, cuidados de saúde e serviços relacionados com o apoio às lides domésticas (Rembulan et al., 2016).

É evidente, que as mulheres enfrentam desvantagens no campo do empreendedorismo em função do género, dadas as regras sociais que lhe são atribuídas. Enfrentam, os estereótipos de inferioridade em relação aos homens e maiores dificuldades no acesso aos recursos financeiros, pois quem empresta tende a confiar mais em homens, quando chega ao momento de financiar

um novo negócio. Como normalmente as instituições financeiras, são dominadas por homens, as mulheres tendem a ficar desfavorecidas neste campo, o que por consequência irá limitar o seu desempenho. Deste modo, a maior fonte de rendimento para iniciar uma ideia é o apoio do capital das famílias (sobretudo em famílias com maior número de membros). Muitas mulheres, ao assumirem o seu negócio ou um cargo de chefia, apresentam dificuldades em serem respeitadas e levadas a sério, sobretudo quando trabalham diretamente com homens. Esse é um dos maiores obstáculos para as empreendedoras, no nosso século. Já é visível a mudança do papel da mulher no mercado de trabalho, vemos a mulher a iniciar carreiras no que antes se achava ser “trabalho para homens” (motoristas de pesados, canalizadoras, mineiras, construtoras civis, engenheiras mecânicas).

As diferenças baseadas no género, estão sustentadas por teorias psicológicas e sociológicas. Os autores Yadav e Unni (2016), demonstram uma perspetiva integrada, que propõe que as mulheres desenvolvem os seus negócios, com base numa rede de cooperação entre as suas relações pessoais, familiares e com o meio que as envolve, ou seja, a sociedade. Ao contrário desta visão, a perspetiva económica, prevê que a liderança e a criação de empresas entre homens e mulheres, são claramente distintas. Uma das causas que pode levar às diferenças verificadas, é a socialização feminina, que ajuda a explicar a razão pela qual homens e mulheres lideram e planeiam os seus negócios de formas diferentes, porém ambos de forma eficaz.

Até ao final dos anos 90, estava estereotipado que o modelo de negócio coordenado por homens era o considerado natural, não existindo muitos estudos sobre o papel da mulher até aí, algo que tem vindo a evoluir nos últimos 20 anos. A diferença de liderança entre homens e mulheres não significa uma menor liderança ou menor sucesso. Não podemos verificar diferenças no sucesso entre homens e mulheres, mas sim nas diferentes culturas e nações. O empreendedorismo feminino, não foi visto como um domínio distinto até ao final da década de 1990. Passa a existir conferências, dedicadas ao tema e à sua importância, demonstrando a necessidade de estudar os processos desta forma de empreender, nomeadamente os modelos de negócios e as estratégias de escolha de métodos desenvolvidos. Foi assim necessário usar lentes de teorias feministas para capturar a heterogeneidade desta forma de empreendedorismo (Yadav & Unni, 2016).

Em comparação com os homens, as mulheres têm menos atitudes positivas sobre as suas próprias capacidades pessoais para iniciar empresas, têm maior medo do fracasso, e possuem diferentes motivações do sexo oposto (GEM, 2011). Por outro lado, as mulheres têm maior

tendência para trabalhar, comprar e partilhar as suas recompensas económicas, e não económicas, com outras pessoas. Investem assim, mais em empreendedorismo social do que os homens, orientando os seus objetivos para o foco e atenção da comunidade, tendo uma maior responsabilidade social e dando maior abertura para o funcionamento da atividade económica. As mulheres tendem a ser mais emocionais e menos racionais na hora de tomar de decisões, o que pode ser visto como um ponto negativo, para o seu negócio. Porém benéfico, pois poderão chegar a lugares onde os homens não chegariam. É assim defendido que o investimento no empreendedorismo feminino é uma forma dos países aumentarem, exponencialmente, o impacto da criação de novos negócios (Allen, *et al.*, 2007), podemos vê-lo, como um importante instrumento para a transformação social, sendo cada vez mais estudado e demonstrada a sua relevância.

Em conclusão, as mulheres são mais propensas a iniciar empreendimentos que tenham menos risco e conseqüentemente, concentram-se mais em minimizar o risco durante a fase inicial dos seus projetos que os homens. O empreendedorismo feminino, permitirá às ciências socioeconómicas, novas linhas de investigação e de estudo, para a melhor compreensão do papel da mulher na economia.

2.5. Presença da Mulher no Mercado de Trabalho

Numa fase inicial, o pensamento feminista, não se baseava na teoria da definição de género, contudo era evidente a discriminação e outros fatores desiguais entre homens e mulheres, nomeadamente a nível psicológico. As mulheres eram comparadas como inferiores e com menos capacidades para o mercado de trabalho (Ahl, 2002). Existia para as mulheres menos abertura para a educação e também para o mercado de trabalho, era em vez disso, dada a opção do casamento e de constituir família. Para a autora Ahl (2002), as ideologias feministas são relevantes, na medida em que, tanto os homens como as mulheres são essenciais para a sociedade, porém, entre eles diferentes, precisando as mulheres de ser mais valorizadas e ver reforçadas as suas qualidades. A primeira linha de pensamento do feminismo liberal, é criticada por aplicar às mulheres padrões masculinos, com um claro resultado novamente discriminatório, porém o feminismo mais radical é criticado por tratar as mulheres e as suas qualidades femininas uniformemente, ainda que privilegie algumas experiências de mulheres, em detrimento de outras.

Existem diversos fatores que condicionam a entrada de um indivíduo no mercado de trabalho, sendo estes: (1) as necessidades pessoais e familiares (cuidar de crianças ou idosos);

(2) a cultura de trabalho passada no seio familiar; (3) o acesso a transportes; (4) acesso a informação. Para além destes fatores intrínsecos, temos os fatores externos aos indivíduos que passam por: (1) oferta/procura de emprego; (2) situação de crise; (3) condições de trabalho; (5) políticas de recrutamento instauradas nas empresas (Almeida, 2007). Estes fatores, espelham os mecanismos de regulação do mercado de trabalho, enquanto, influenciam as políticas de gestão de recursos humanos nas empresas.

A crescente feminização do mercado de trabalho foi ao mesmo tempo acompanhada da tendência para o aumento das formas flexíveis e precárias de emprego. Com a participação feminina, ocorreu uma maior fragilização dos vínculos contratuais, a insegurança do emprego e o trabalho a tempo parcial involuntário. O que levou a uma degradação das condições de emprego tais como: (1) baixos salários; (2) escassez de oportunidades de carreira; (3) falta de acesso a benefícios sociais; (4) falta de proteção social.

Apesar de todas as conquistas, resiste hoje a problemática da divisão do trabalho para a mulher entre vida profissional e a maternidade. É evidente a grande diferença do papel social, feminino e masculino, que reside no que se espera deste ao nível da vida doméstica e no cuidado dos seus filhos. Existe, agora, alguma flexibilidade face à divisão de tarefas e de proteção de cuidados. Segundo, Wall e Amâncio (2007), existe para além da maior aceitação da população para a divisão de tarefas, uma maior consciencialização dos casamentos, sendo no século XXI comum a aceitação da coabitação, da união de facto e também da dissolução do casamento, demonstrado a modernização da sociedade. Porém, apesar de ser visível a modernização da nossa sociedade, existem ainda diferentes posições, muito tradicionais, no que diz respeito ao papel da maternidade.

Caso estejamos perante uma taxa de atividade feminina alta, esta não tem necessariamente de demonstrar um baixo índice de fecundidade, poderá com as políticas corretas transmitir uma estabilidade com a conciliação de trabalho/família, o que poderá levar ao aumento da fecundidade e não o contrário.

Para além das desigualdades verificadas a nível salarial, é também a nível físico e psicológico que se verificam, desigualdades entre os géneros. Existe um estereótipo criado de que as mulheres são menos capazes, são mais frágeis fisicamente e emocionalmente. Contudo, ao longo dos últimos anos, tem vindo a verificar-se que as mulheres podem fazer os mesmos trabalhos que os homens demonstrando as mesmas capacidades para desempenhar o que lhes é proposto.

3. Contextualização Caso Português

3.1. A Mulher na Sociedade Portuguesa

Segundo Almeida (2007), o mercado de trabalho português é recorrentemente baseado na mão-de-obra barata e intensiva acompanhado pela ineficiência e pela pouca flexibilidade. Levando os indivíduos a trabalhar a maior parte da sua vida ativa para o mesmo empregador. Tal decorre, das condicionantes estruturais que o país apresenta, dadas as políticas de gestão de recursos humanos, pouco valorizadoras do capital humano.

Convém referir que no início do século XX, a mulher portuguesa não tinha acesso ao voto, é apenas em 1911 que Beatriz Ângelo exerce esse direito. Beatriz Ângelo, é assim reconhecida como uma lutadora dos direitos das mulheres, em Portugal. Segundo Ferreira (1999), apesar da vulnerabilidade da figura da mulher em Portugal no século XX, Portugal, tinha um quadro jurídico-constitucional, assente no pressuposto da igualdade de géneros. Sendo à época, um dos mais avançados. Esta situação leva-nos ao grande paradoxo, da vida da mulher portuguesa.

Em Portugal, ao longo do século XX, assistiu-se à feminização do mercado de trabalho, tal acontecimento decorreu da evolução do setor dos serviços acompanhado pela proteção social da mulher no que diz respeito à licença de maternidade e de amamentação. De acordo com Ferreira (2010), a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho, é considerada como um dos fenómenos unanimemente apontados como os que mais têm determinado as recomposições sociais, em Portugal. Todas as medidas que têm vindo a ser impostas garantiram às mulheres, a possibilidade de manterem os seus postos de trabalho e a sua remuneração. Mantendo uma vida ativa contínua, trabalhando cada vez mais sem quebras causadas pela vida familiar, derivado da grande quebra da fecundidade e da criação de estruturas de apoio. No início do século, era evidente em Portugal, a existência de instituições de suporte, no que diz respeito a fábricas industriais. Estas permitiam a entrada da mulher no mercado de trabalho. Foram criadas creches e meios de salvaguarda que permitiam à mulher trabalhar e manter uma carreira, tendo onde deixar os seus filhos (então à sua total responsabilidade). Apesar desta existência no passado, hoje estas instituições nem sempre dão resposta aos horários laborais, estando sempre estereotipado o conceito da responsabilidade única da mulher e não repartida pelos filhos, continuando assim a existir discriminação evidente entre ambos os sexos.

A mulher portuguesa, não só passou a entrar no mercado trabalho, como passou a integrar todos os níveis de ensino. Assim, desde os anos 80 do século passado que as universidades são frequentadas cada vez mais por mulheres. Contudo, apesar da entrada da mulher no mercado

de trabalho e da feminização exposta, existia à época, uma elevada percentagem de trabalho a tempo parcial, formalizando a ideia do tempo dedicado à família.

Este fenómeno da feminização universitária, é bastante relevante mesmo no pré-25 de Abril de 1974, sendo apenas nos cursos mais técnicos, onde a presença das mulheres era inferior à dos homens (Ferreira, 1999). Com a revolução militar de 1974, o papel da mulher no mercado de trabalho mudou de forma radical, sendo neste momento dada a possibilidade de estas integrarem as mais diversas profissões, em que antes eram completamente excluídas. As mulheres vêm mudada a sua condição, passando as novas medidas por: (1) acesso a todas as carreiras profissionais; (2) direito de voto; (3) fim do direito dos maridos à violação de correspondência, à autorização para sair do país e também fim da possibilidade da anulação de um contrato de trabalho; (4) aumento da licença de maternidade para 90 dias; (5) ser constitucionalmente reconhecida a igualdade de géneros; (6) fim da figura de chefe de família (Ferreira, 1999). Todas estas alterações foram vistas como parte de um percurso normal, com destino à modernidade e ao progresso do nosso país.

Ferreira (2010), defende que a intervenção estatal no pós-revolução, apoiou a manutenção de postos de trabalho, a viabilização económica de muitas empresas e também a alteração da relação social. Estas medidas tornaram, o mercado de trabalho mais atraente, permitindo o aumento dos níveis de padrão de consumo, que devido à inflação descontrolada, só foi possível devido à entrada da mulher no mercado de trabalho. Possibilitando às famílias, o aumento do seu rendimento anual do seu agregado familiar, permitindo assim reduzir a situação económica vulnerável familiar.

Conforme Ferreira (1999), enfermeiras, empregadas de escritório, hospedeiras e auxiliares de serviços, eram as profissões onde existia a maior presença de mulheres a trabalhar no século XX. O trabalho feminino era essencialmente um trabalho não qualificado, centrado em sectores tradicionais da indústria (têxtil e conserveira), com pouca inovação tecnológica. Ou, por outro lado, ligado aos cuidados com o próximo (enfermeiras, auxiliares de serviços, professoras). À época, a mulher era mãe entre os 20-30 anos, e numa fase de pré-seleção era vista como um elemento pouco produtivo com a possibilidade de engravidar e de constituir família, deste modo, era muitas vezes a estas mulheres, negado o acesso ao casamento e à maternidade.

3.2. Desigualdade na Sociedade Portuguesa

Apesar da entrada da mulher no mercado de trabalho e a possibilidade da igualdade de géneros neste, é ainda no seio familiar que existe desigualdade. Sendo esperado, apesar de todas as

mudanças que a mulher se responsabilize pelas lides domésticas. No final do século XX em Portugal, verificava-se que a mulher tinha pouca participação na via pública e política. Tendo ao contrário do homem quase uma participação total nas atividades domésticas. Era esperado que a mulher correspondesse às expectativas da sociedade, assegurando apenas as suas tarefas domésticas, demonstrando desta forma a elevada desigualdade entre géneros.

A mulher, em Portugal, tende ainda a deixar a sua vida pública e ativa para assumir o seu papel de mãe. Existe assim, algum preconceito face às licenças concedidas às mulheres e falta de compreensão com as suas tarefas familiares. Apesar de já não existir, a ideia normalizada do papel da mulher como dona de casa, existe para ambos os sexos falta de compreensão laboral no que toca às obrigações de ambos com filhos e com a família. O género feminino é claramente mais multifacetado que o sexo oposto e consegue além da sua vida profissional dar resposta com o tempo que resta ao cuidado familiar e a atenção aos outros.

Em concordância com Ferreira (1999), para além da diferença dos papéis sociais do homem e da mulher, era ainda visível a diferença entre valores e aplicação dos salários para homens e para mulheres. O salário dos homens destinava-se sobretudo para as prestações de bens duradouros tal como carro, casa enquanto o salário das mulheres destinava-se, nos anos 80 e 90 do século XX, ao pagamento de bens de consumo e também de creches e amas. Apesar da participação na vida ativa era comum que os bens de consumo e a responsabilidade pelo cumprimento das lides domésticas fosse da responsabilidade do elemento feminino do casal. Era assim visível ainda, a falta de adaptação à nova realidade da participação da mulher na vida ativa. Tínhamos assim enraizado, o facto de a mulher ser única e exclusivamente dona de casa.

A discriminação salarial não tem sido estudada em profundidade no nosso país. Tem vindo a existir políticas com o objetivo do fim das desigualdades salariais, passando pela promoção ao acesso ao ensino, à formação e também ao reforço económico aquando da necessidade de interrupções por motivos familiares. A definição desta política é de um elevado nível de complexidade, uma vez que estas envolvem aspetos não só de natureza económica como de natureza psicológica, social, cultural e política. Estes aspetos dificultam a inserção no mercado de trabalho.

Segundo um artigo do Parlamento Europeu (2020), o fosso salarial é a diferença entre a média dos rendimentos brutos por hora entre homens e mulheres, antes de qualquer dedução para a segurança social. Apenas as empresas com mais de dez funcionários são tidas em conta. Em Portugal, dados de 2019, a diferença média de remuneração entre homens e mulheres era

de 10,6%. Contrapondo com a média da União Europeia, 14,1%. Este fosso salarial varia muito nos diferentes países que compõem a União Europeia, a Estónia (21,7%), Letónia (21,2%), Áustria (19,9%), Alemanha (19,2%), Chéquia (18,9%), Eslováquia (18,4%) e Hungria (18,2%), apresentam uma média superior a Portugal. Porém a Polónia (8,5%), Eslovénia (7,9%), Bélgica (5,8%), Itália (4,7%), Roménia (3,3%) e Luxemburgo (1,3%), apresentam uma média inferior à apresentada em Portugal (Parlamento Europeu, 2020).

Segundo o Parlamento Europeu (2020), um fosso salarial reduzido, nem sempre demonstra uma maior igualdade de género, na sociedade de um país, pode em vez disso, revelar uma menor participação das mulheres no mercado de trabalho. Uma maior amplitude, pode ser associada, a uma maior percentagem de mulheres a trabalhar em regime de part-time ou a sua concentração num número restrito de profissões. Cerca de 30% deste fosso, é explicado pela existência de uma grande parte do sexo feminino, estar representado nos setores com baixos salários, como é o caso dos cuidados médicos, atendimento ao público ou a educação. Existe ainda muito setores apenas dominados por homens (80%), nomeadamente, as áreas de tecnologia ou engenharia. Verifica-se assim, que as mulheres ainda continuam a ser discriminadas no local de trabalho, pois efetuam o mesmo trabalho com as mesmas qualificações, a mesma categoria profissional, mas com salário menor. Com a agravante que após uma licença de maternidade, podem serem dispensadas. Não é apenas na vida ativa que existe este fosso salarial, as pensões de reforma apresentam um fosso de 29%, na União Europeia.

A igualdade que se pretende atingir, não é apenas por ser justa, mas por uma melhoria da economia, dado que as mulheres são quem mais gasta em bens, movimentando deste modo a economia. Existem estudos que demonstram que uma redução de um ponto percentual da desigualdade salarial entre ambos os sexos, poderia aumentar o Produto Interno Bruto cerca de 0,1%. As remunerações auferidas por mulheres, apresentam diferenças face a recebida por homens, contudo esta discrepância tem vindo a melhorar. No caso português apresentava em 2019 10,6%, face a um valor de 8,4% em 2006. A disparidade na união europeia era em 2019, 14,1%. A Estónia, é o país que maior diferença de remuneração auferida tem com uma percentagem de 21,7%, seguindo-se a Letónia (21,2%). É no Luxemburgo que a percentagem de diferença é menor cerca de 1,3%, apresentando anteriormente, em 2006, uma percentagem de 10,7% (Parlamento Europeu, 2020).

Podemos através de dados do Pordata (2020), efetuar uma análise das taxas de participação no mercado de trabalho na União Europeia. No ano de 2020, cerca de 45,9% da população

empregada são mulheres, contrapondo com a realidade que se vivia no início do século, com uma participação de 42%. Os países que apresentam, na União Europeia maior participação por parte das mulheres (2020), são a Letónia (50,5%), Lituânia (49,9%) e Portugal (49,3%). Sendo que os que menos participação apresentam, são Malta (40,9%), Itália (42%) e Grécia (42,4%). Estes valores contrapõem-se com os valores do passado, no caso português apresentava, segundo dados de 1986, uma participação feminina no mercado de trabalho de 39,8%. Passando para uma análise mais profunda entre as diferenças das taxas de emprego de homens e mulheres entre os 20 e os 64 anos, em pontos percentuais, os países que registam, em 2020, uma maior diferença são Itália (19,9%), Roménia (19,3%) e Grécia (18,9%). Por oposição, os países que menos taxas de diferença registam, são a Lituânia (1,7%), Finlândia (2,9%) e Letónia (3,8%). Apresentando neste caso, Portugal uma diferença de taxas de 5,9%, uma diminuição de 11,3% face ao ano 2000 (Pordata, 2020).

É em França que as mulheres mais têm presença em quadros superiores (dados de 2020), uma percentagem de 45,1%, seguindo-se a Bélgica com uma participação de 38,4%. Portugal, apesar de ter uma grande participação feminina no mercado de trabalho, apenas apresenta uma percentagem de 26,6% de mulheres em quadros superiores, face a uma antiga percentagem de 3,5% no ano 2003, existe assim uma clara evolução (Pordata, 2020). Segundo dados retirados do Pordata (2020), na União Europeia, da população empregada por conta própria, apenas 10% dessa população são mulheres, ou seja, empreendedoras. Portugal, apresenta um valor acima da média europeia, cerca de 12,4%, uma realidade bem diferente do ano de 1986, onde a percentagem de mulheres era de 26,8%. O país que maior percentagem de mulheres tem a trabalhar por conta própria é a Grécia, 22%, seguindo-se Itália com 15,1%. Daí a necessidade de promover o empreendedorismo feminino na Europa, dados os baixos valores existentes.

3.3. Portugal e o Empreendedorismo

A Comissão Europeia no ano de 2002, veio reforçar que promover o empreendedorismo nos países faria por consequência promover o desenvolvimento dos próprios. Portugal, à época, foi identificado como o único país da União Europeia onde, disciplinas para incentivar o empreendedorismo não estavam incluídas no quadro do sistema nacional de educação. Portugal, é muito limitado pela cultura nacional, na medida em que a população portuguesa é bastante relutante ao risco. Sobrevaloriza-se o fracasso dos empreendedores contrariamente ao que acontece, por exemplo, no Reino Unido e os Estados Unidos, onde se encara o fracasso e os erros como oportunidade de melhoria e formas de crescimento a nível pessoal e profissional. Assim, os portugueses continuam a eleger a estabilidade de trabalharem por conta de outrem e

os estereótipos persistem, mantendo-se a ideia de que as mulheres têm menos capacidade para gerir negócios do que os homens.

De forma a motivar e promover o empreendedorismo em Portugal, o Estado pode influenciar na criação de empresas junto das universidades, efetuar doações de subsídios aos novos empreendedores, dar aconselhamento numa associação criada para o efeito, de forma a perceber a progressão das metas estabelecidas. Em 2006, a Comissão Europeia fortaleceu novamente a necessidade de inculcar, aos mais jovens, ideias de empreendedorismo, mostrando aos estados-membros que devem apostar no ensino nas escolas, institutos e universidades, de forma a inculcar nos estudantes, competências como criatividade, inovação e capacidade de resolução de problemas. A preocupação dos professores deverá não ser só a de transmitir conhecimentos teóricos aos alunos e garantir que estes os adquiram e memorizam, mas também assegurar a prática dos mesmos (Chaves & Parente, 2011).

O empreendedorismo em Portugal, tem sido incentivado pelo governo português e também por diversos atores do meio empresarial, através de um conjunto de ações políticas e regulamentares que têm vindo ao longo do tempo a serem implementadas. No ano de 2016, foi lançado o Programa de Start-Up Portugal, que visa criar e apoiar um novo ecossistema empreendedor, de forma a atrair novos investidores tanto nacionais como estrangeiros, com o objetivo de cofinanciar start-ups portuguesas e promover a visibilidade das mesmas, nos mercados a nível internacional. O objetivo da criação deste projeto, é incentivar a cultura empreendedora bem como impulsionar a criação de um ecossistema empreendedor, através do aumento do número de start-ups e incubadoras.

Recentemente, o governo português anunciou novos apoios ao empreendedorismo no âmbito do programa que são avaliadas em cerca de 300 milhões de euros. Este conceito está hoje, profundamente enraizado no vocabulário dos legisladores portugueses como forma de resolver a questão do desemprego, visando promover a inovação e impulsionar o desenvolvimento das PME. Há vários governos, que se tentam implementar medidas com o objetivo de promover o empreendedorismo, tendo as mesmas um impacto positivo no ecossistema de empreendedorismo português. São indicadas, como boas condições para o desenvolvimento do empreendedorismo português o bom acesso a infraestruturas de suporte à criação de novos negócios. Por outro lado, foram mencionadas algumas barreiras ao desenvolvimento da atividade empreendedora, resultado da pesquisa de GEM (2019/2020), como o excesso de burocracia para a criação de empresas, os elevados impostos praticados, o

baixo nível de cultura empreendedora, falta de financiamento e também alguma falta de promoção do empreendedorismo nos programas de ensino público e privado. Torna-se assim necessária a mudança da cultura empreendedora no nosso país, sendo esta mudança apenas possível com a educação dos jovens para o futuro, criando gerações mais criativas, com mais iniciativas e com espírito crítico e de liderança.

Segundo o GEM (2019/2020), os portugueses, apesar de identificarem boas oportunidades para iniciar um negócio, não o fazem pelo medo de falhar. Este relatório refere ainda que, mais do que quatro em dez empreendedores têm clientes fora do seu país. Sete destes países são na Europa, Alemanha, Eslovénia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal, Suécia e Suíça.

A maior motivação dos portugueses para iniciarem uma carreira como empreendedores, é a obtenção de rendimento, seguindo-se a criação de riqueza, o fazer a diferença e apenas em último lugar, dar continuidade aos negócios de família já existente. Curiosamente, as mulheres são mais motivadas que os homens para criação de negócios para obterem rendimento, fazer a diferença e dar continuidade a negócios familiares já existente. É apenas no campo de criar riqueza que os homens têm maior percentagem motivacional (50,7%). Em relação às atitudes e intenções dos empreendedores portugueses, 50,7% conhece alguém que começou um novo negócio; 53,5% verificou boas oportunidades na sua área para iniciar um negócio; 41,1% considera que é fácil iniciar um negócio; 61,4% considera que tem personalidade e capacidade para ser empreendedor; 52,6% tem medo de falhar e por último, 19,8% tem intensão de empreender (GEM, 2019/2020).

Segundo o Banco Mundial, Portugal foi considerado no ano de 2021, como um dos melhores quarenta países para fazer negócios. Já no ano de 2020, tinha sido considerado pelo European Innovation Scoreboard, o 12º país mais inovador da União Europeia. Estes feitos, revelam que Portugal tem vindo a sofrer processos de inovação, a captar novos investidores, promovendo o empreendedorismo. Portugal, é assim considerado um país que dá importância ao desenvolvimento tecnológico e à inovação, algo que apesar da pandemia Covid-19, é essencial que se mantenha, de forma a ultrapassar as dificuldades futuras. Mesmo na adversidade, os portugueses criaram projetos inovadores, sendo classificador pela OCDE o país com mais projetos inovadores de ajuda ao combate da pandemia Covid-19.

4. Metodologia

4.1. Inquérito por questionário

O inquérito por questionário é o método mais comum para estudos a larga escala. Isto decorre do facto deste método, permitir espelhar uma realidade social através de uma determinada amostra. Segundo Carmo e Ferreira (2008), a palavra inquérito, pode ser definida como um conjunto de informação para apurar determinada realidade. Este conceito reflete a ideia, de um processo em que através de questões, se tenta de forma sistemática chegar a um determinado ponto. É esta procura sistemática que é usada nas ciências sociais, onde no terreno existe uma procura de realidades suscetíveis de ser comparadas (Batista et al, 2019). Um questionário pode ser considerado como uma interação indireta, onde o problema-chave é resolvido por via de um inquérito por questionário.

Segundo, Hill e Hill (1998), “É fácil elaborar um questionário, mas não é fácil elaborar um bom questionário” (pág.2). De forma a elaborar um bom questionário é necessário definir e descrever numa fase inicial os objetivos principais de investigação, de forma a delimitar e estabelecer a estrutura do mesmo. O objetivo principal, pode posteriormente subdividir-se em hipóteses a testar que através do inquérito serão ou não satisfeitas, por último é necessário estabelecer a escala das perguntas a efetuar. Finalmente, é relevante definir previamente os métodos a usar para a análise de dados (Hill & Hill, 1998).

Segundo Batista et al (2019), por norma um questionário divide-se em três secções distintas: (1) introdução dos temas a abordar, ou seja, o objetivo da investigação, estabelecido de forma clara e simples; (2) segue-se uma secção de dados pessoais, profissionais e descritivos; (3) e por último, incluem-se perguntas que sirvam para recolher opiniões, perceções, atitudes e motivações dos inquiridos. O inquérito por questionário de acordo com Carmo e Ferreira (2008), possui inúmeras vantagens entre elas a sistematização, uma maior simplicidade de análise, maior rapidez na recolha de dados, maior facilidade de análise e o facto de ser menos dispendioso do que outros métodos, como por exemplo a entrevista. Porém possui algumas desvantagens, como a dificuldade de realização e também a elevada percentagem de não resposta.

Antes de serem definidas questões para um questionário, é necessário verificar a forma como a respostas futuramente obtidas serão analisadas e trabalhadas. Assim as perguntas pré-estabelecidas deverão ser todas utilizadas e analisadas, caso isto não ocorra, não fará sentido estarem incluídas no questionário (Hill & Hill, 1998). Quando um questionário é escrito, deve-

se ter em conta se todos os pontos que foram inicialmente estabelecidos foram tocados. Daí a necessidade, de definirmos previamente se é mais conveniente optarmos por perguntas fechadas ou abertas, sendo as últimas passíveis de maior trabalho e análise. Uma questão terá sempre de ter o cuidado de ser clara e de linguagem simples, sobretudo se tivermos em conta que a nossa amostra faz parte da população em geral. É benéfico, que as perguntas além de serem simples e curtas, sejam neutras de forma a se tornarem apelativas para o inquirido (Batista et al, 2019). Através deste desenho simples é expectável obter uma amostra mais representativa (Hill & Hill, 1998).

Segundo Carmo e Ferreira (2008), deve ser feita uma apresentação prévia que credibilize o questionário, apresentando-o para que não suscite dúvidas a quem está a responder. Não deverão ser criadas perguntas que possam ter mais de uma possível resposta, colocando o inquirido numa situação indesejada e obtendo um resultado adulterado. Podemos ter perguntas de informação, que têm o objetivo de recolher a opinião de quem responde e por último, perguntas de preparação, que servem para efetuar mudança de temas, mais ou menos delicados. É possível existir ainda perguntas de controlo, destinadas a analisar a veracidade de outras antes colocadas (Carmo & Ferreira, 2008).

De acordo com Hill e Hill (1998), podemos ter num questionário perguntas abertas e fechadas. Perguntas abertas levam a uma resposta diferente para cada inquirido uma vez que cada inquirido responde pelas suas próprias palavras. Por outro lado, respostas fechadas dependem apenas da escolha de opções por nós definidas. A vantagem das perguntas abertas, passa por pudermos ter mais informação recolhida e muitas vezes mais detalhada. Contudo, podem gerar respostas com informação inesperada, complicando a sua análise, devido ao facto de ser necessário maior tempo útil para o tratamento das mesmas. No entanto, as perguntas fechadas, permitem uma fácil aplicação e uma posterior análise de maior complexidade, embora muitas vezes sejam consideradas como pouco complexas e a levarem a respostas demasiado curtas e simples. As perguntas fechadas, são, em suma, mais objetivas e menos ambíguas. Através deste tipo de perguntas é assim possível desenvolver três tipos de questionários (Hill & Hill, 1998), tipo um com apenas questões abertas, tipo dois com apenas questões fechadas ou um tipo três, questionário misto com os dois tipos incorporados.

Além de perguntas de resposta aberta ou fechada, podemos estar perante respostas de escala ordinal, ou nominal. Temos o exemplo do sexo, para uma pergunta que gerará uma escala nominal ou a idade, para uma pergunta de escala ordinal (Hill & Hill, 1998).

Numa fase inicial, temos perguntas, destinadas a identificar quem responde, mas não nominalmente, uma vez que o questionário é na maioria dos casos anónimo. Nesta primeira secção temos perguntas como a idade, o género, a profissão ou as habilitações académicas. Para Hill e Hill (1998), tal como já foi referido, as perguntas não devem ser literárias, devem ser claras e explícitas. São muitas as pessoas com vocabulários e habilitações literárias mais restritas.

Para além de tudo a ter em conta, acima mencionado, é relevante o layout do questionário, de forma a este ser atraente para quem está a responder. Alcançando uma maior participação, e obtendo assim uma maior hipótese de respostas para a investigação. O objetivo final de qualquer questionário, é o seu resultado poder ser considerado como credível, objetivo e fiável para a comunidade científica (Batista et al, 2019).

4.2. Questionário sobre Empreendedorismo Feminino

Segundo Santos (2007), a definição do problema que vamos estudar é a primeira etapa a ter em conta quando se realiza um inquérito para estudar determinada realidade. De seguida será necessário definir os procedimentos para passar à resolução e resposta do mesmo. Daí a importância, da necessidade de definir previamente quais os objetos, pessoas, ou ideia que interessa estudar. De forma intuitiva, definiu-se que quanto maior for a dimensão da amostra mais fiáveis serão os resultados obtidos (Silvestre, 2007).

O objetivo concreto desta investigação, é estudar as diferentes motivações, reações, obstáculos e vantagens/desvantagem do empreendedorismo feminino, face ao dominado por homens. Através da elaboração de uma revisão da literatura já existente, foi possível delimitar uma grande questão de investigação, a qual esta investigação pretende dar resposta: Empreendedorismo feminino, quais são as diferenças e os desafios a que estão expostas as mulheres?

De forma a apoiar e explorar a grande questão, foram criadas um conjunto de perguntas mais detalhadas:

- (1) As mulheres e os homens são levados/ motivados ao empreendedorismo com o mesmo objetivo? Quais são as suas motivações?
- (2) O género afeta a intenção de empreendedorismo? Com que idade as mulheres têm intenção de iniciar uma carreira empreendedora?
- (3) Como empreendedores, as mulheres enfrentam mais obstáculos que os homens? As mulheres têm maior dificuldade em chefiar e liderar?

- (4) As mulheres são mais afetadas pelo rendimento pessoal que os homens?
- (5) Quando existe intenção de iniciar um negócio, a facilidade de acesso a meios financeiros é igual para homens e mulheres? Existe discriminação na hora de emprestar? Os homens transmitem o mesmo nível de confiança que as mulheres?
- (6) Afetará a escolaridade e a área de formação a intenção de empreender? Os estudantes das áreas como Economia e Gestão têm maior tendência para investir? Serão os homens e mulheres com mais estudos que pretendem empreender?
- (7) Serão as mulheres mais avessas ao risco que os homens? Quais são as áreas (setores) que as mulheres procuram para investir? Na hora de investir em determinado negócio, existe diferença nos géneros? Investirão as mulheres em negócios de menor dimensão e logo de menos risco?

Tabela 1: Evidência de Questões Estabelecidas no Inquérito

Hipótese 1	Questões
As mulheres e os homens são levados/ motivados ao empreendedorismo com o mesmo objetivo? Quais são as suas motivações?	(Q3) “Sabe o que é o empreendedorismo?”
	(Q12) “O que o motivaria a seguir o empreendedorismo?”
	(Q13) “Optando por uma carreira de empreendedor, o que acha que seria para si mais importante?”
	(Q14) “Na sua opinião o que o desmotiva, para iniciar uma carreira empreendedora?”
Hipótese 2	Questões
O género afeta a intenção de empreendedorismo? Com que idade as mulheres têm intenção de iniciar uma carreira empreendedora?	(Q1) “Idade”
	(Q2) “Género”
	(Q4) “Já investiu em algum negócio/ideia de um amigo ou familiar?”
	(Q9) “Já criou algum negócio próprio/empresa?”
	(Q10) “Considera que tem alguma ideia inovadora, que poderia ter sucesso?”
	(Q11) “Já pensou ser empreendedor(a)?”
Hipótese 3	Questões
Como empreendedores, as mulheres enfrentam mais obstáculos que os homens? As mulheres têm maior dificuldade em chefiar e liderar?	(Q7) “Acha que tem capacidade de liderança?”
	(Q8) “Já assumiu cargos de chefia, liderando equipas?”

Hipótese 4	Questões
As mulheres são mais afetadas pelo rendimento pessoal que os homens?	(Q15) “Pensa ou pretende investir no próximo ano?”
	(Q16) “Considera-se avesso ao risco?”
Hipótese 5	Questões
Quando existe intenção de iniciar um negócio, a facilidade de acesso a meios financeiros é igual para homens e mulheres? Existe discriminação na hora de emprestar? Os homens transmitem o mesmo nível de confiança que as mulheres?	(Q14) “Na sua opinião o que o desmotiva, para iniciar uma carreira empreendedora?”
	(Q17) “A sua família é detentora de uma empresa?”
Hipótese 6	Questões
Afetará a escolaridade e a área de formação a intenção de empreender? Os empreendedores das áreas como Economia e Gestão têm maior tendência para investir? Serão os homens e mulheres com mais estudos que pretendem empreender?	(Q18) “Qual a sua escolaridade?”
	(Q19) “Qual é a sua área de formação?”
	(Q20) “Considera que a sua área de formação potencia a sua vontade de empreender?”
	(Q21) “Situação profissional”
	(Q22) “Qual o grau de satisfação com a sua situação profissional”
Hipótese 7	Questões
Serão as mulheres mais avessas ao risco que os homens? Quais são as áreas (setores) que as mulheres procuram para investir? Na hora de investir em determinado negócio, existe diferença nos géneros? Investirão as mulheres em negócios de menor dimensão e logo de menos risco?	(Q4) “Já investiu em algum negócio/ideia de um amigo ou familiar?”
	(Q5) “Se já investiu ou investe, qual a área que tem para si maior interesse?”
	(Q6) “No caso de investir, sentia-se mais tranquilo/a investir em negócios de que dimensão”

Fonte: Elaboração própria

Foi o inquérito por questionário que possibilitou, responder à questão de investigação central e às questões detalhadas definidas, trata-se de um questionário com vinte e três questões. Estas questões foram estruturadas de forma ao questionário ser o mais atrativo possível, possuir um formato lógico e permitir obter respostas às questões de investigação propostas. As perguntas que compõem o questionário, são maioritariamente do tipo dicotómicas e de escolha múltipla. Para facilitar a análise, as questões são de resposta fechada, permitindo um tratamento mais simples e rápido. As questões a incluir no questionário foram desenhadas através das hipóteses acima apresentadas. Estas hipóteses tiveram por base o estudo Yordanova e Tarrazon (2010), onde eram evidenciadas as diferentes motivações e intenções de empreendedorismo na Bulgária.

5. Evidência Empírica

Após a definição do método de pesquisa a utilizar neste projeto de tese, inquérito por questionário, foi necessária a definição da população alvo, neste caso, uma vez que o questionário se destina à população em geral, Portugal tem, segundo o censo realizado em 2021, 10.347.892 habitantes. Pretendendo-se uma margem de erro no máximo de 5%, ou seja, o nível que se espera que a amostra reflita a população total. A amostra, neste caso para ser eficiente terá de possuir pelo menos 500 indivíduos, na proporção de que quanto maior for, maior será o nível de confiança nos resultados obtidos. De forma a chegar à amostra necessária, o inquérito teve a sua divulgação online (redes sociais e grupos estudantes). Através desta divulgação, foi possível alcançar 542 respostas.

Dos 542 inquiridos, 383 são do sexo feminino e 159 são do sexo masculino, revelando que 70,7% dos inquiridos são do género feminino. Esta elevada percentagem de respostas de indivíduos do sexo feminino, será refletida nas limitações deste projeto de tese.

A idade média dos inquiridos é de 43 anos, possuindo o mais velho 82 e o inquirido mais novo 15 anos. Podemos assim considerar 82 anos como o máximo da amostra e 15 anos como o mínimo da variável idade. A mediana desta variável quantitativa é de 45 anos, sendo a moda de 51 anos. Passando a uma análise de faixas etárias, a maioria dos inquiridos pertence à faixa etária dos 45 aos 50 anos, fazendo deste modo parte da população ativa. Ao nível da escolaridade da amostra, a maioria possuiu estudos ao nível do bacharelato/licenciatura, num total de 246 inquiridos. A amostra, revela que 417 dos inquiridos trabalha por conta de outrem, revelando o que já tinha sido evidenciado na revisão de literatura, ou seja, Portugal é um país com uma fraca cultura empreendedora, onde a maioria da população ativa, trabalha por conta de outrem.

Tabela 2: *Caraterização da Amostra*

	Frequência	Percentagem (%)
Género		
Feminino	383	70,7
Masculino	159	29,3
Faixa Etária		
≥ 21 anos	16	3
22-35 anos	111	20,5
36-45 anos	149	27,5
46-55 anos	200	37
≤ 56 anos	66	12

Escolaridade		
Ensino Básico	16	3
Ensino Secundário	210	38,7
Licenciatura/Bacharelato	246	45,5
Mestrado	68	12,5
Doutoramento	2	0,3
Situação Profissional		
Desempregado	19	3,5
Empregado conta própria	53	9,8
Empregado conta outrem	417	77
Estudante	23	4,2
Outra	30	5,5
Total	542	100

Fonte: Elaboração própria

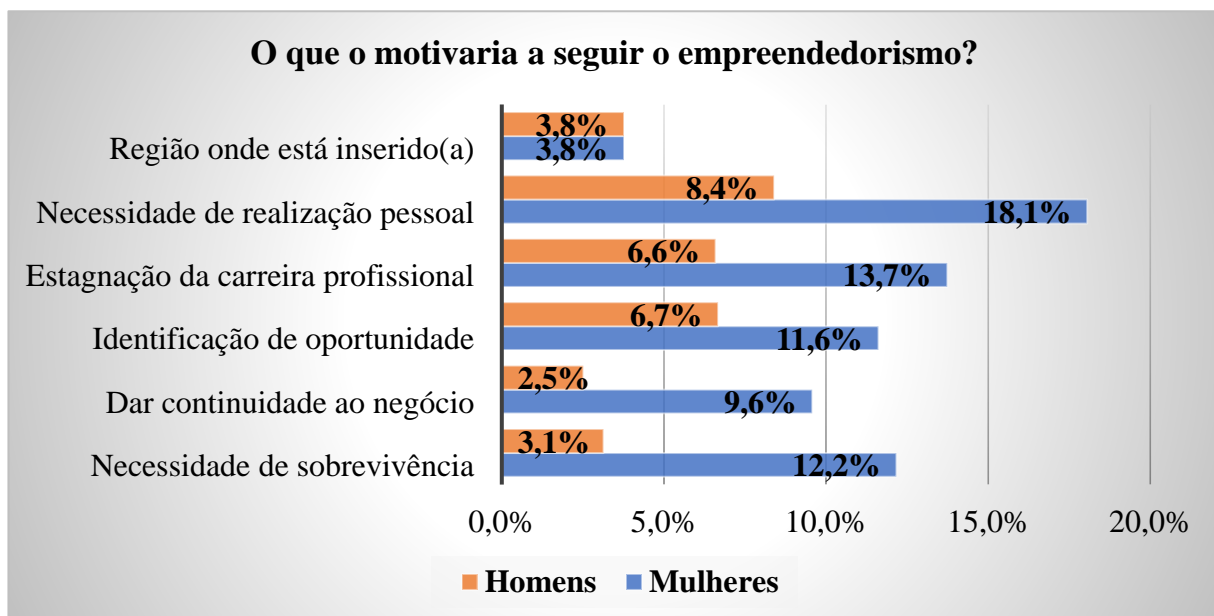
Hipótese 1: As mulheres e os homens são levados/ motivados ao empreendedorismo com o mesmo objetivo? Quais são as suas motivações?

Para esta primeira hipótese a testar, o questionário incluiu questões como: (Q3) “Sabe o que é o empreendedorismo?”, sendo esta uma questão dicotómica. (Q12) “O que o motivaria a seguir o empreendedorismo?”, esta é uma questão trabalhada de forma a possuir seis opções de escolha múltiplas sendo estas: (1) a necessidade de sobrevivência; (2) o caso de ser necessário dar continuidade ao negócio familiar; (3) identificação de oportunidade de mercado, ainda não explorada; (4) estagnação da carreira profissional; (5) necessidade de realização pessoal e por último, (6) região onde está inserido(a). A questão que foi estabelecida para dar resposta à pergunta seguinte foi desenhada com cinco opções, permitindo com esta fazer uma posterior análise à questão (Q13) “Optando por uma carreira de empreendedor, o que acha que seria para si mais importante?”, nesta questão foram inúmeras motivações, que foram previamente analisadas numa fase de revisão de literatura tais como: (1) o facto de poder conciliar todos os seus papéis sociais; (2) flexibilidade horária; (3) manutenção do rendimento pessoal, independência financeira; (4) ter sucesso profissional, cumprir objetivos pessoais; (5) emancipação. A última questão de escolha múltipla deste questionário também pretende testar a primeira hipótese a testar, (Q14) “Na sua opinião o que o desmotiva, para iniciar uma carreira empreendedora?” temos como opções de escolha para o inquirido, (1) presença de muita burocracia; (2) falta de políticas para o desenvolvimento do empreendedorismo; (3) dificuldade de acesso ao crédito; (4) falta de aconselhamento e estruturas para acompanhamento; (5) políticas de apoio discriminatórias.

Analisando detalhadamente cada pergunta criada para testar esta hipótese, na questão (Q3) “Sabe o que é o empreendedorismo”, apenas 23 inquiridos de um total de 542 responderam que não tinham conhecimento do que era o conceito de empreendedorismo. Sendo que destes 23 inquiridos, 14 são Mulheres e 9 são homens. Podemos assim verificar que 96% dos inquiridos conhecem o conceito de empreendedorismo.

Relativamente à (Q12), “O que o motivaria a seguir o empreendedorismo?”, analisando o Gráfico 1, o que mais motiva a seguir uma carreira empreendedora para ambos os géneros é a necessidade de realização pessoal, seguindo-se a opção de estagnação da carreira profissional e existir uma vontade de querer progredir de outra forma. A terceira opção mais escolhida nesta questão, é a possibilidade de identificação de uma oportunidade de mercado, ainda não explorada. Por último, a opção menos relevante para os inquiridos é a região onde estão inseridos, demonstrando que não é a área que cativa e potencia o empreendedorismo no nosso país, é sim, a vontade intrínseca de cada um.

Gráfico 1: “O que o motivaria a seguir o empreendedorismo?”



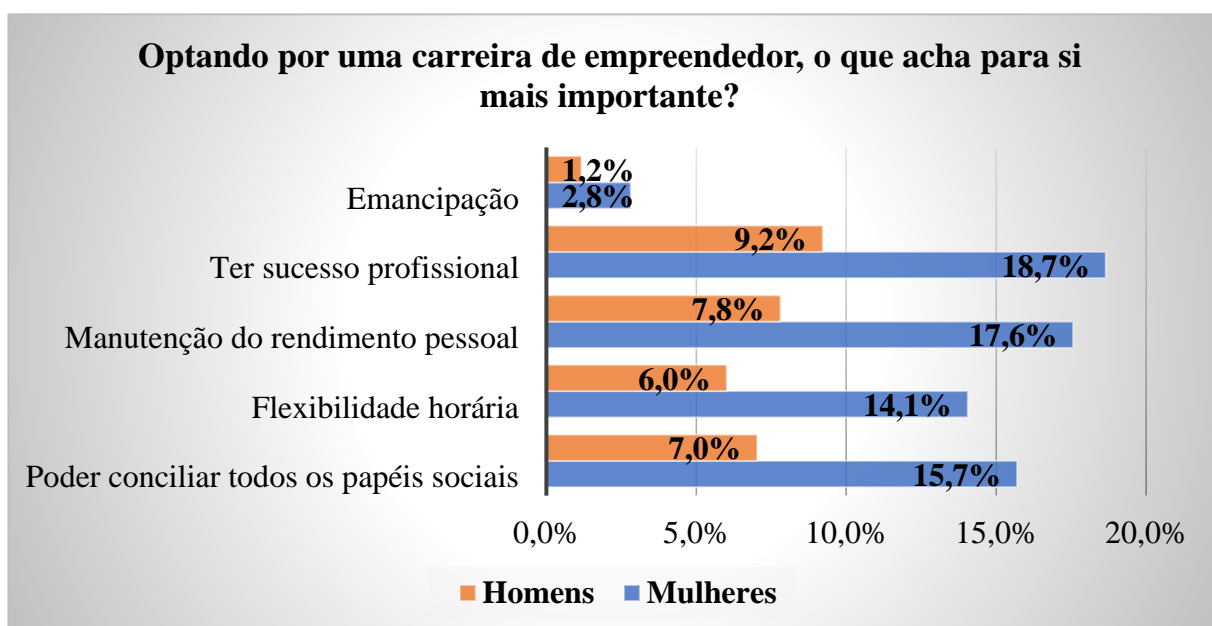
Fonte: Elaboração própria

Passando do geral para o nível particular, tanto as mulheres como os homens seguem a tendência média, são motivadas pela necessidade de realização. Contudo, como segunda opção, as mulheres preocupam-se mais com a estagnação da carreira profissional. Por outro lado, para os homens este é um tópico não tão relevante, optaram estes por escolher, em segundo lugar a opção: identificação de oportunidade de mercado. Revelando que os homens têm assim maior vontade de iniciar um negócio próprio. A opção mais escolhida pelas mulheres em terceiro

lugar, é a necessidade de sobrevivência (ausência de emprego por conta de outrem). Ao contrário dos homens, que se preocupam em terceiro lugar, mais com a estagnação da carreira profissional.

A questão que se segue para esta hipótese a testar, é a (Q13) “Optando por uma carreira de empreendedor, o que acha que seria para si mais importante?”, nesta questão, através do Gráfico 2, podemos concluir que a opção mais escolhida é ter sucesso profissional, cumprir objetivos pessoais. Seguindo-se a opção da manutenção do rendimento pessoal, independência financeira. A Emancipação, é a opção menos escolhida, sendo esta selecionada maioritariamente por mulheres. De forma individual, ambos os géneros seguem a média, o mais importante é ter sucesso profissional e conseguir a manutenção do rendimento pessoal. Nesta questão, tanto homens como mulheres tendem a escolher por ordem as mesmas opções, demonstrando que ambos consideram relevante as mesmas opções para iniciarem uma carreira de empreendedor.

Gráfico 2: “Optando por uma carreira de empreendedor, o que acha para si mais importante?”

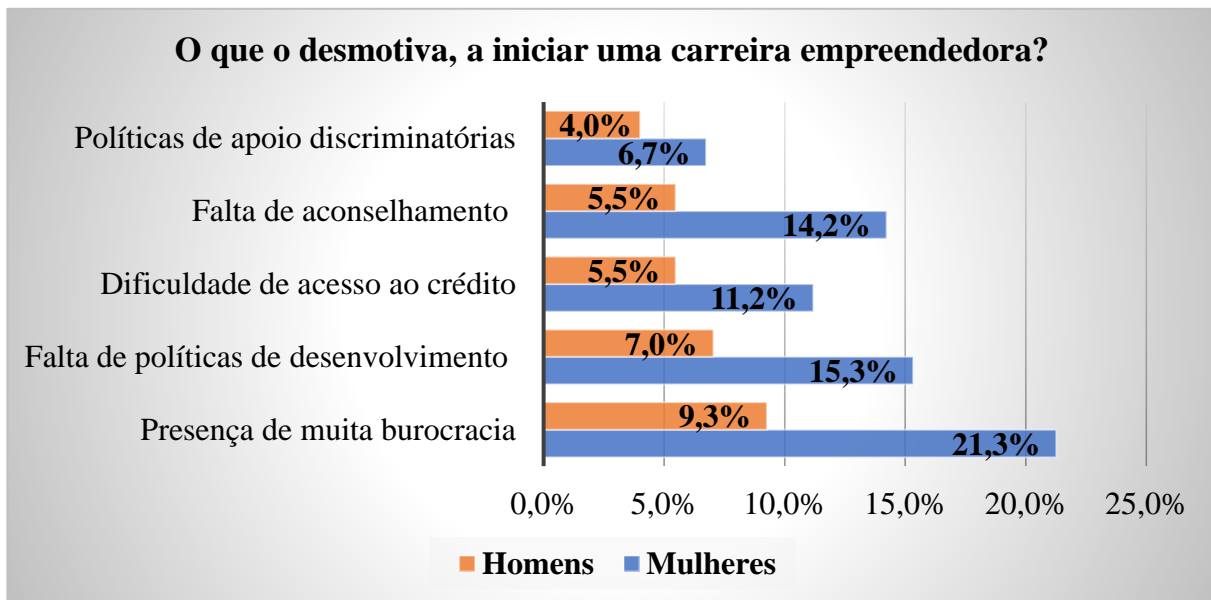


Fonte: Elaboração própria

A última questão criada para testar esta hipótese, (Q14) “Na sua opinião o que o desmotiva, para iniciar uma carreira empreendedora?”, revela que a presença de muita burocracia, é uma das causas que mais desmotiva os inquiridos a iniciar uma carreira empreendedora. Seguindo-se, a falta de políticas para o desenvolvimento do empreendedorismo e também a falta de aconselhamento e de estruturas para acompanhamento. A opção de políticas de apoio discriminatórias, é a que os inquiridos menos escolheram, revelando que os inquiridos não

sentem discriminação neste aspeto. As escolhas efetuadas nesta questão, revelam a necessidade que o nosso país tem de trabalhar em políticas empreendedoras para que o empreendedorismo em Portugal, seja potenciado.

Gráfico 3: “O que o desmotiva, a iniciar uma carreira empreendedora?”



Fonte: Elaboração própria

Em suma, verificamos que homens e mulheres não são motivados/levados ao empreendedorismo pelas mesmas razões. Apesar de em algumas questões escolherem as mesmas opções, de forma aprofundada, apresentam intenções diferentes e por consequência comportamentos diferentes.

Hipótese 2: O género afeta a intenção de empreendedorismo? Com que idade as mulheres têm intenção de iniciar uma carreira empreendedora?

A segunda hipótese, para ser comprovada necessita de várias questões, assim foram introduzidas perguntas de carácter mais pessoal para a permitir estudar/testar. Assim foram incluídas a (Q1) “Idade”; (Q2) “Género”; (Q4) “Já investiu em algum negócio/ideia de um amigo ou familiar?” (Q9) “Já criou algum negócio próprio/empresa?” (Q10) “Considera que tem alguma ideia inovadora, que poderia ter sucesso?” (Q11) “Já pensou ser empreendedor(a)?”. Através destas questões pretende-se que seja possível avaliar as diferentes respostas entre homens e mulheres, efetuando uma comparação de respostas.

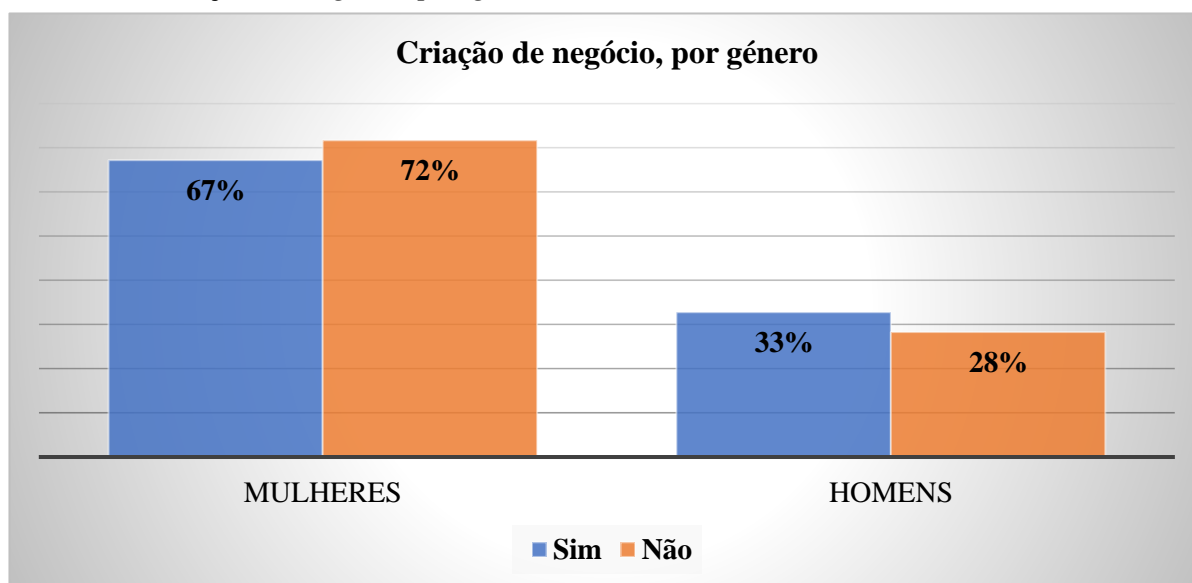
Analisando as respostas à questão (Q1), podemos verificar que se trata de uma variável quantitativa, e onde a média de idades dos inquiridos é de 43 anos, tendo o inquirido mais jovem

15 anos e o mais sênior 82 anos. A maioria dos inquiridos correspondem à faixa etária dos 45 aos 55 anos, pertencendo assim na sua maioria à população ativa.

A questão do Género (Q2), demonstra que neste questionário, a maioria das respostas provém de mulheres, uma vez que, estas têm maior sensibilidade para necessidade de realização deste estudo, assim temos uma percentagem de indivíduos do género feminino de 70,7%, dados refletidos na Tabela 2.

A (Q9) “Já criou algum negócio próprio/empresa?”, revela que 77% dos inquiridos ainda não criou o seu próprio negócio. Através da leitura do Gráfico 4: “Criação de Negócio”, os homens tendem a criar mais negócios que as mulheres, ou seja 33% dos inquiridos que já criou negócio, são homens. Enquanto em proporção, as mulheres tendem em não criar negócio face aos resultados globais. Dos inquiridos que já criaram os seus próprios negócios, apenas 67% são mulheres, contrapondo com os inquiridos que não criaram negócio, uma percentagem de 72% de mulheres.

Gráfico 4: “Criação de negócio, por género”



Fonte: Elaboração própria

A questão seguinte, para testar esta hipótese, (Q4) “Já investiu em algum negócio/ideia de um amigo ou familiar?”, revela que a maioria dos inquiridos ainda não investiu em qualquer tipo de negócio. De forma individual, as mulheres têm menos tendência para investir que os homens. Dos inquiridos que já investiram num negócio, apenas 24% destes são mulheres. Os homens apresentam de forma individual mais 2% de investimento que as mulheres, mostrando que 26% dos homens já investiu em algum momento num negócio.

A (Q10) “Considera que tem alguma ideia inovadora, que poderia ter sucesso?”, revela que a maioria dos inquiridos (51%), já teve uma ideia inovadora, contudo não a coloca em prática, pois tendo em conta a questão anterior (Q9), 77% dos inquiridos não criou o seu próprio negócio. Assim podemos afirmar, tendo em conta esta amostra, que os inquiridos apesar de terem ideias inovadoras não as colocam em prática.

A última questão criada para testar a hipótese 2, (Q11) “Já pensou ser empreendedor(a)?”, permite verificar que de forma geral, a maioria dos inquiridos já colocou em hipótese ser empreendedor, cerca de 60% dos inquiridos.

Em suma, após a análise a estas questões, o género afeta a intenção de empreendedorismo, visto que as mulheres têm menos tendência a investir e a colocarem em prática as suas ideias inovadoras do que os homens. A idade média que as mulheres têm intenção de iniciar uma carreira empreendedora é de 44 anos. Esta média foi obtida através da análise de idades das mulheres inquiridas que já iniciaram o seu próprio negócio. A média de idade dos inquiridos do sexo oposto é de 47 anos.

Hipótese 3: Como empreendedores, as mulheres enfrentam mais obstáculos que os homens? As mulheres têm maior dificuldade em chefiar e liderar?

Esta hipótese surgiu para servir de apoio ao título deste projeto de tese, (Q7) “Acha que tem capacidade de liderança?”; (Q8) “Já assumiu cargos de chefia, liderando equipas?”, é assim intuito deste questionário tentar perceber se efetivamente, ainda existe no século XXI discriminação de género no que diz respeito à liderança e chefias.

Através da análise de dados, verificamos que de forma geral, os inquiridos já chefiaram e lideraram em algum momento da sua vida profissional. Cerca de 79% dos inquiridos consideram que tem capacidade de liderança e 68% já chefiou em algum momento da sua vida profissional. De forma a testar a hipótese 3, verificamos que as mulheres consideram que têm menos capacidade de liderança que os homens. Das inquiridas, 86% considera que não tem capacidade de liderança. Enquanto dos homens inquiridos, 33% considera que têm capacidade de liderança. Estes dados revelam que as mulheres no mercado de trabalho tendem a considerar-se como elo inferior e sem capacidade de liderança. Ao nível da chefia, tal como o campo da liderança, as mulheres tendem a chefiar menos que os homens, contrapondo o valor 86% das mulheres inquiridas que não chefiou com os 12% dos homens inquiridos que nunca chefiou na sua vida profissional.

Em conclusão, verificamos que as mulheres no campo da chefia e liderança passam por mais obstáculos que os homens. As mulheres consideram-se com menos capacidade de liderança e também de chefia que o sexo oposto.

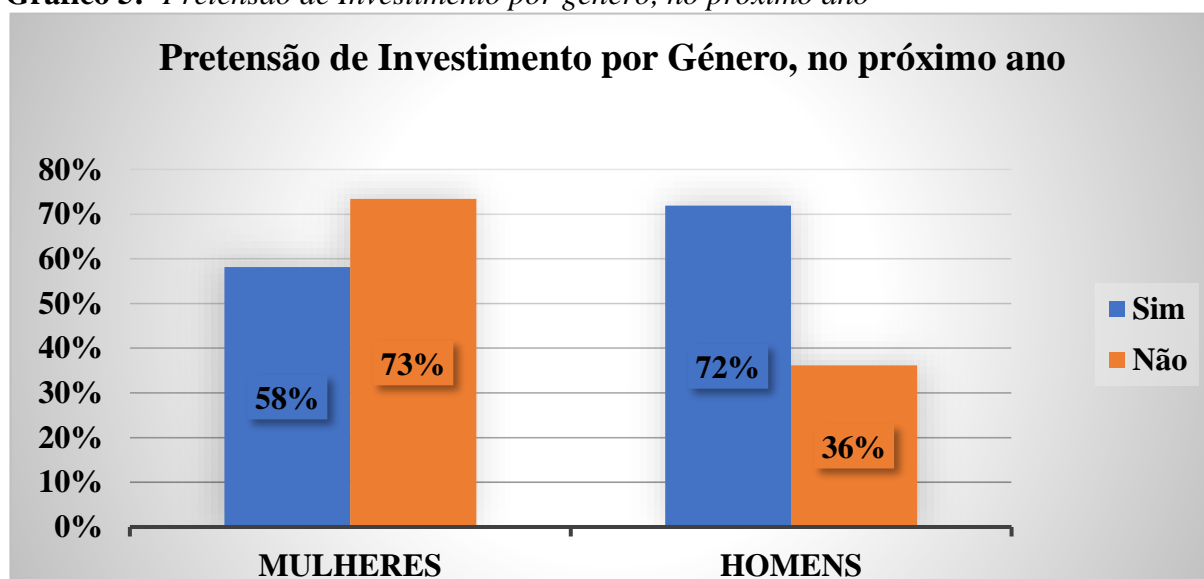
Hipótese 4: As mulheres são mais afetadas pelo rendimento pessoal que os homens?

Esta é questão que através de duas questões estabelecidas é possível responder: (Q15) “Pensa ou pretende investir no próximo ano?”; (Q16) “Considera-se avesso ao risco?”. Com a revisão de literatura elaborada, existe indicação de que efetivamente as mulheres são mais avessas ao risco e também mais sensíveis ao rendimento pessoal.

Com a revisão de literatura elaborada, existe indicação de que efetivamente as Mulheres são mais avessas ao risco e também mais sensíveis ao rendimento pessoal. Através da análise de dados recolhidos, de forma geral 54% dos inquiridos de ambos os géneros se consideram avessos ao risco. Demonstrando, o que a revisão de literatura expôs, os portugueses têm na sua cultura uma ideia de seguir a sua carreira profissional trabalhando por conta de outrem, não tendo na sua génese uma cultura empreendedora.

A questão (Q15) “Pensa ou pretende investir no próximo ano?”, revela que para o próximo ano, apenas 18% dos inquiridos pretendem investir. Através desta questão foi ainda possível determinar as diferentes intenções que homens e mulheres têm para investir no próximo ano (Gráfico 5), apresentado respetivamente um valor de 72% e de 36%, isto revela já uma falta de vontade das mulheres de investir e deste modo, demonstra a sua maior aversão ao risco.

Gráfico 5: “*Pretensão de Investimento por género, no próximo ano*”



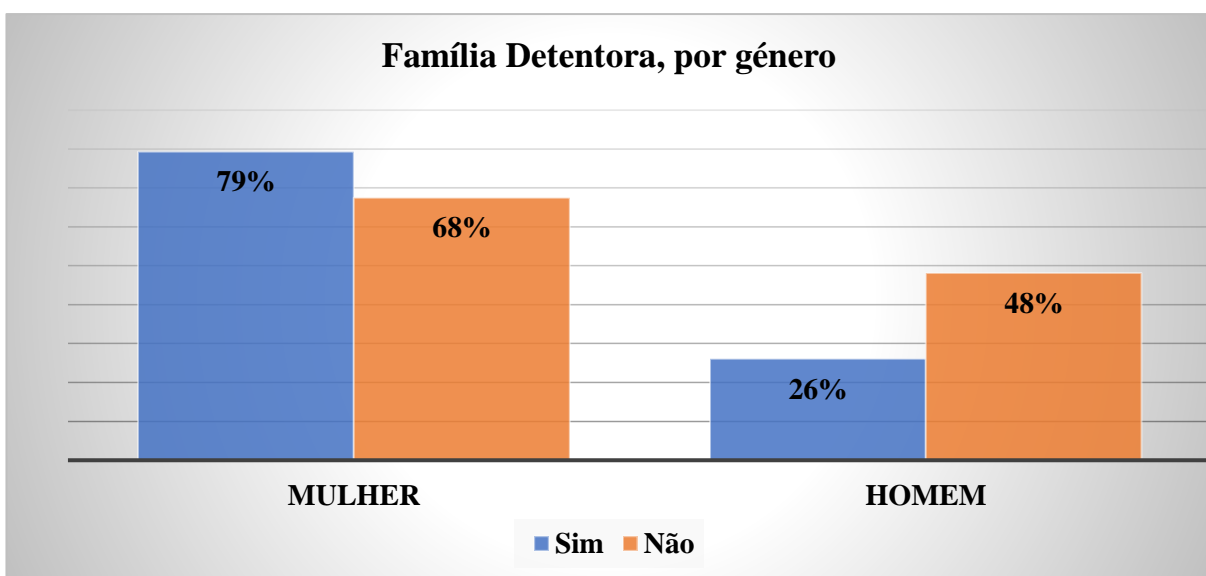
Fonte: Elaboração própria

A análise de aversão ao risco por género, demonstra que existe uma diferença de apenas 1% de mulheres avessas ou não ao risco. No caso da percentagem de homens estes consideram-se mais avessos em percentagem que as mulheres. Podemos assim concluir, que a hipótese 4 é verificada, pois as mulheres são efetivamente mais avessas ao risco que os homens, e logo mais sensíveis ao rendimento pessoal.

Hipótese 5: Quando existe intenção de iniciar um negócio, a facilidade de acesso a meios financeiros é igual para homens e mulheres? Existe discriminação na hora de emprestar? Os homens transmitem o mesmo nível de confiança que as mulheres?

Esta é uma questão sensível, uma vez que se trata de discriminação no mundo da banca, a primeira questão para testar esta hipótese é a (Q14) “Na sua opinião o que o desmotiva, para iniciar uma carreira empreendedora?”, esta questão releva que a presença de muita burocracia desmotiva ao iniciar uma carreira empreendedora para ambos os sexos. Seguindo-se a falta de políticas para o desenvolvimento do empreendedorismo. Se nos focarmos apenas na opção desta questão “Dificuldade de acesso ao crédito”, as mulheres tendem a escolher mais esta opção que os homens. Revelando de forma leve que, no caso de seguirem uma carreira empreendedora, são mais reticentes à possibilidade de conceção de crédito bancário. A questão seguinte para análise (Q17), revela através do Gráfico 6 que a maioria dos inquiridos, a família não é detentora de empresa, 73%, contudo, dessa percentagem as mulheres são quem maior percentagem de familiares com empresa tem 79%, contrapondo com uma percentagem de 26% de homens onde os familiares têm empresas.

Gráfico 6: “Família Detentora, por género”



Fonte: Elaboração própria

Isto demonstra que efetivamente as mulheres tem consigo uma maior herança familiar empreendedora que os homens. Podemos verificar que as mulheres podem seguir a carreira de empreendedora mais por herança que os homens, uma vez que têm no seio da família mais detentores de empresas.

Finalmente, podemos concluir que por existir maior sensibilidade na dificuldade de acesso ao crédito entre homens e mulheres, podemos concluir que existe alguma discriminação na hora de emprestar, pois caso isto não ocorresse, essa opção não seria tão selecionada por mulheres, ou seja, não seria sequer uma opção selecionada.

Hipótese 6: Afetará a escolaridade e a área de formação a intenção de empreender? Os estudantes das áreas como Economia e Gestão têm maior tendência para investir? Serão os homens e mulheres com mais estudos que pretendem empreender?

É através desta hipótese que se pretende verificar se as áreas de Economia e Gestão efetivamente influenciam empreendedores, ou se para além destas áreas consideradas existe alguma que se destaque. De forma a testar esta hipótese, foram estabelecidas questões como: (Q18) “Qual a sua escolaridade?”; (Q19) “Qual é a sua área de formação?”; (Q20) “Considera que a sua área de formação potencia a sua vontade de empreender?” (Q21) “Situação profissional”; (Q22) “Qual o grau de satisfação com a sua situação profissional”.

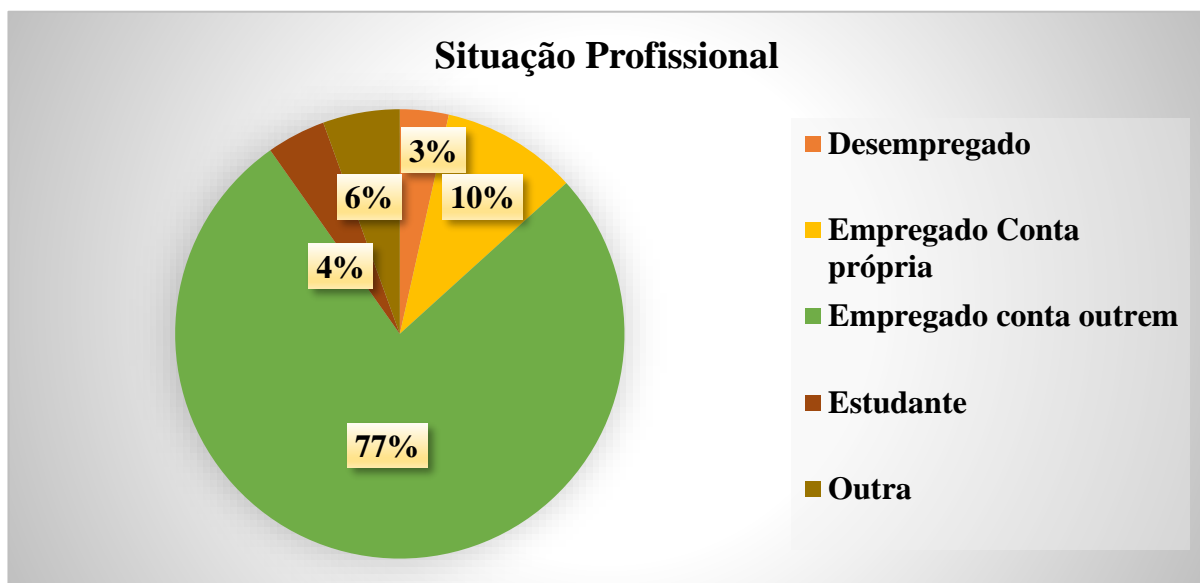
Dos 542 inquiridos, 246 dos inquiridos possui escolaridade ao nível da Licenciatura/Bacharelato, sendo que de forma detalhada quem pretende investir, na sua maioria, pertence ao grupo que tem escolaridade ao nível do ensino secundário, sendo estes 47 inquiridos. Verificamos assim, que a hipótese que quem mais estudos possui investe mais, não se verifica. É quem tem uma escolaridade ao nível do ensino secundário que têm maior tendência em investir.

A questão (Q20) “Considera que a sua área de formação potencia a sua vontade de empreender?”, revela que os inquiridos não consideram que a sua área de formação potencie a vontade de empreender, 51% dos inquiridos afirma que a sua área de formação não influencia a vontade de empreender.

Os inquiridos de forma geral, revelam o que já acima tínhamos verificados, Portugal não é um país com uma grande cultura empreendedora, uma vez que a maioria dos inquiridos trabalha por conta de outrem. Apenas 10% dos inquiridos, trabalha por conta própria e 77% dos inquiridos trabalha por conta de outrem. Efetuando uma análise da situação profissional de

quem pretende investir, a informação revela que quem pretende investir trabalha por conta de outrem. Verifica-se que efetivamente as motivações, vistas nas hipóteses anteriormente testadas, refletem-se nesta questão: a necessidade de realização pessoal, bem como o problema da estagnação da carreira profissional. São assim, os empregados por conta de outrem, que mais pretendem investir, são por outro lado os estudantes e os desempregados quem menos intenção têm, porque claramente tem menores rendimento e menos vontade de empreender. As áreas de formação de Economia e Gestão, não potenciam a vontade de empreender, dos inquiridos que pretendem investir, apenas 2% são da área de economia e 9% da área de gestão.

Gráfico 7: “*Situação Profissional*”



Fonte: Elaboração própria

A última questão para testar a hipótese 6, o nível de grau de satisfação com a situação profissional dos inquiridos, revelou que a média de satisfação é baixa, apenas 6,99 pontos. A moda das respostas dos inquiridos é de 8 pontos.

De forma resumida, podemos verificar que a hipótese 6 não se verifica, uma vez que um maior nível de escolaridade não potencia a vontade de empreender. Verifica-se ainda, que não são as áreas de Economia e Gestão que levam os inquiridos a optar por uma carreira empreendedora.

Hipótese 7: Serão as mulheres mais avessas ao risco que os homens? Quais são as áreas (setores) que as mulheres procuram para investir? Na hora de investir em determinado negócio, existe diferença nos géneros? Investirão as mulheres em negócios de menor dimensão e logo de menos risco?

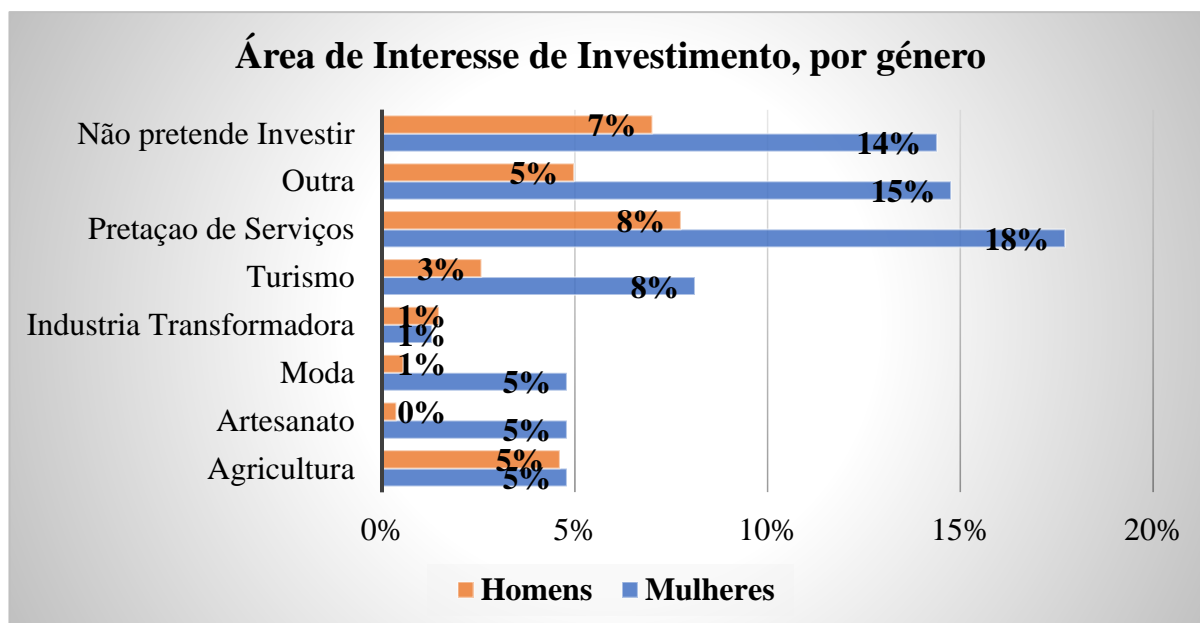
Esta hipótese pretende demonstrar a grande diferença que existe entre géneros, ou seja, se as mulheres podem ou não ter gostos e receios diferentes do sexo oposto. Assim estabeleceu-se três questões que servirão de suporte ao teste desta hipótese, (Q4) “Já investiu em algum negócio/ideia de um amigo ou familiar?”, pretendendo verificar se as mulheres se sentem mais confortáveis em investir em negócios familiares e daí pequenos.

Através da análise dos dados recolhidos, podemos verificar que tanto as mulheres como os homens investem pouco em negócios, apresentando as mulheres menos percentagem em investimento em negócios que os homens.

A questão (Q5) “Se já investiu ou investe, qual a área que tem para si maior interesse?”, nesta pergunta foram incluídas áreas como a agricultura, o artesanato, a moda, a indústria transformadora, turismo e prestação de serviços. A área de investimento mais selecionada foi a prestação de serviços. A segunda opção mais selecionada foi a vontade de não investir, ficando assim claro que muitos dos inquiridos não tem qualquer vontade de empreender.

De forma detalhada, tanto as mulheres como os homens têm maior intenção de investir na prestação de serviços. As seguintes opções selecionadas para ambos os géneros são a opção de outra e também de não investir. As mulheres preferem o Turismo em terceiro lugar, enquanto os homens preferem investir em agricultura. Para as mulheres investir em moda, artesanato e agricultura, tem o mesmo peso nas suas escolhas.

Gráfico 8: “Área de Interesse de Investimento, por género”



Fonte: Elaboração própria

Por último, foi definida a questão (Q6) “No caso de investir, sentia-se mais tranquilo/a investir em negócios de que dimensão”, nesta questão temos as opções de investir de pequenas a grandes empresas, possibilitando a análise do que os inquiridos se sentem mais confortáveis e também se existe diferenças entre eles. Se olharmos de forma detalhada para a dimensão da empresa a investir, a maioria dos inquiridos prefere investir em microempresas ou pequenas empresas, uma percentagem de 70% dos inquiridos. Não se verifica assim, vontades diferentes de investir entre géneros.

Assim, nesta hipótese verificamos, que existem diferentes áreas de interesse de investimento para homens e mulheres, mas em relação à dimensão do investimento não existem vontades diferentes, sentem-se mais confortáveis em investir em microempresas ou empresas de pequena dimensão.

6. Modelo Econométrico

A econometria, permite a formulação de hipóteses e teorias para que sejam estudadas estatisticamente. Os modelos de regressão logística, são uma forma de regressão em que a variável dependente é dicotômica, ou seja, a resposta apresenta duas categorias assumindo estas o valor de 0 ou de 1, permitindo estabelecer uma relação logística entre as variáveis dicotômicas e também das variáveis explicativas numéricas (contínuas e discretas). Contrariamente à variável dependente, as variáveis independentes poderão ser de qualquer tipo, dicotômicas, ordinais, qualitativas discretas ou contínuas. Segundo Kleinbaum e Klein (2010), a função logística variar entre os valores 0 e 1, é a principal razão para o sucesso da análise através do método de regressão logística. Uma vez que a variável dicotômica assume valores de 0 e 1, o método de análise dos mínimos quadrados não seria adequado como ocorre com a análise de regressão múltipla, neste caso seriam violados pressuposto e seria impossível a sua análise.

A avaliação da performance do modelo irá ser feita através da análise de três indicadores: (1) a significância do modelo, onde será testada através do teste de aderência Hosmer e Lemeshow, que testa a hipótese do modelo se ajustar aos dados como é suposto; (2) a percentagem de variação explicativa, onde será encontrado um; (3) a percentagem de classificação correta, é efetuada uma comparação entre o real e o observado, as variáveis e as conclusões terão assim de fazer sentido.

Concretamente para este projeto de tese, foram criados dois modelos Logit, onde se pretende que seja espelhada a realidade através de duas variáveis dependentes diferentes. No primeiro caso temos como variável dependente “Probabilidade de Querer ser Empreendedor”, sendo esta uma variável binária, pois toma valor de 0 (Sim) e de 1 (Não). Esta variável permite a análise do modelo numa vertente de longo prazo, ou seja, como é a probabilidade de existirem empreendedores no longo prazo.

Por outro lado, numa vertente de investimento de curto prazo, temos um modelo, em que a sua variável dependente é “Pretende investir no Próximo Ano”, apesar de ser igualmente uma variável binária, tem como objetivo a possibilidade de análise na perspetiva de empreendedorismo no curto prazo.

Para facilitar a construção dos modelos, em algumas variáveis, foram efetuadas uma agregação de categorias, tal como a “Situação Profissional”. Nesta categoria, passamos a ter apenas três categorias, inativos (Outra e Estudantes), Empregados (por conta própria e por conta de outrem) e Desempregados. A variável, “Área a Investir” também sofreu uma agregação,

passamos a ter setor primário (Agricultura e Artesanato), setor secundário (Moda e Indústria Transformadora), setor terciário (Turismo e Prestação de serviços), e por último a categoria de outras (Outras e Não pretende investir). Além desta agregação nas categorias das variáveis, algumas variáveis foram ainda, transformadas em dummy, para que fosse possível a análise do modelo econométrico.

Numa primeira fase, foram adicionadas as variáveis que se esperavam que influenciassem a intenção de empreendedorismo feminino, conforme consta na revisão de literatura. Após a análise, agregação e transformação das variáveis foram construídos e testados os dois modelos distintos.

Para que um modelo Logit, seja válido, não pode existir multicolineariedade, as variáveis entre si não podem ter uma elevada correlação e por último, não poderão existir outliers, para que estes não influenciem os resultados.

Tabela 3: Análise pseudo R²

Análise pseudos R²			
Curto Prazo		Longo Prazo	
R ² Cox & Snell	R ² Nagelkerke	R ² Cox & Snell	R ² Nagelkerke
,145	0,237	0,356	0,481

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 3, os R² de Cox & Snell e de Nagelkerke são considerados como um pseudo R². Estes, assumem valores entre 0 e 1, sendo que quando maior for, melhor será o modelo. Refletem assim, a variação da variável resposta que é explicada por um modelo, neste caso concreto, o modelo de empreendedorismo de curto prazo é explicado em 14,5% e 23,7%. O modelo de longo prazo, é explicado em 35,6% e 48,1%. Verifica-se que o modelo de longo prazo tem um pseudo R² superior, explicando deste modo mais a variável dependente, em quase 50%.

Os dois modelos preveem em cerca de 80%, as suas próprias variáveis dependentes. No caso do modelo de curto prazo, este classifica bem 97,5%, quem não pretende investir no próximo ano e classifica corretamente em 17,3% quem pretende. Por outro lado, o modelo de longo prazo, o modelo classifica bem 73,9% dos inquiridos que não querem ser empreendedores

e classifica bem 81,2% dos inquiridos que querem ser empreendedores. Na proporção de quanto maior for a percentagem correta, melhor será o modelo.

Se efetuarmos uma análise às variáveis de ambos os modelos, para que as variáveis sejam significativas, o seu sig tem de ser menor de que (0,05). Não se retiraram as variáveis independentes que tenham um sig menor que (0,05), uma vez que se rejeita a hipótese nula do teste de hipóteses, de que o coeficiente é 0, pelo que coeficiente é positivo e significativo, e a respetiva variável independente influencia a variável dependente, e por consequência o fenómeno em estudo. As variáveis com um valor superior a (0,05), não permitem a rejeição da hipótese nula (H0) de que coeficiente é 0, assim o coeficiente não é significativo e a respetiva variável independente não influencia o fenómeno em estudo. Nunca se retira a constante independentemente do valor que esta apresentar, seja positivo ou negativo. Na Tabela 4, é possível visualizar os coeficientes das variáveis estimadas bem como os seus sig, os coeficientes com um sig superior a (0,05), serão rejeitados para a equação final do modelo. Deste modo, para o modelo de curto prazo, é possível verificar que as variáveis que fazem parte da equação final do modelo são: Sexo, A família tem empresa, Tem ideia inovadora, Influência da área de formação. As variáveis que fazem parte da equação final do modelo logit de longo prazo são: Sexo, Aversão ao Risco, A família tem empresa, Tem ideia inovadora, Idade, Influência da área de formação

Equação Modelo Logit Empreendedorismo no Curto Prazo:

Pretende Investir no próximo ano = $\alpha + \beta_1 \cdot \text{Sexo} + \beta_2 \cdot \text{A família tem empresa} + \beta_3 \cdot \text{Tem ideia inovadora} + \beta_4 \cdot \text{Influência da área de formação}$.

Equação Modelo Logit Empreendedorismo no Longo Prazo:

Probabilidade de Querer ser Empreendedor = $\alpha + \beta_1 \cdot \text{Sexo} + \beta_2 \cdot \text{Aversão ao Risco} + \beta_3 \cdot \text{A família tem empresa} + \beta_4 \cdot \text{Tem ideia inovadora} + \beta_5 \cdot \text{Idade} + \beta_6 \cdot \text{Influência da área de formação}$

Tabela 4: Análise Coeficientes de Ambos os Modelos

Variáveis	Curto Prazo		Longo Prazo	
	Coeficientes	Sig.	Coeficientes	Sig.
Sexo	-0,725*	0,006	-0,646*	0,015
Aversão ao risco	0,381	0,123	0,589*	0,010
A família tem empresa	-0,834*	0,002	-0,806*	0,004
Tem ideia inovadora	-0,889*	0,002	-2,350*	<,001
Idade	-0,023	0,053	-0,035*	<,001
Já chefiou	-	-	-0,454	0,068
Espírito Liderança	-0,463	0,252	-	-
Influência área de formação	-0,791*	0,003	-0,953*	<,001
Situação Atual=Empregado conta outrem	-0,515	0,401	-	-
Situação Atual =Empregado conta própria	-0,540	0,425	-	-
Situação Atual =Estudante	-1,258	0,150	-	-
Situação Atual =Outra	-0,456	0,570	-	-
Constante	1,415*	0,841	4,761*	<,001

Fonte: Elaboração própria

Legenda:

(*): Coeficientes incluir no modelo final, devido à não rejeição da Hipótese Nula.

Através da tabela anterior, é possível escrever as equações finais dos modelos determinados, colocando os coeficientes obtidos:

Equação Modelo Logit Empreendedorismo no Curto Prazo:

Pretende Investir no próximo ano = 1,415 -0,725.Sexo -0,834.A família tem empresa - 0,889.Tem ideia inovadora -0,791.Influência da área de formação.

Equação Modelo Logit Empreendedorismo no Longo Prazo:

Probabilidade de Querer ser Empreendedor = 4,761 -0,646.Sexo + 0,589.Aversão ao Risco -0,806.A família tem empresa -2,350.Tem ideia inovadora -0,035.Idade -0,953.Influência da área de formação

Tabela 5: Detalhe de Variáveis Presentes nos Modelos

Variáveis		Tipo	Valores que assume	
			0	1
Sexo	Independente	Dummy	Masculino	Feminino
Aversão ao risco	Independente	Dummy	Sim	Não
A família tem empresa	Independente	Dummy	Sim	Não
Tem ideia inovadora	Independente	Dummy	Sim	Não
Idade	Independente	Quantitativa	-	-
Influência área de formação	Independente	Dummy	Sim	Não
Pretende investir no próximo ano	Dependente	Dummy	Sim	Não
Probabilidade de querer ser empreendedor	Dependente	Dummy	Sim	Não

Fonte: Elaboração própria

Para valores β superiores a 0, a variável dependente tem efeito positivo no fenómeno em estudo, deste modo, se efetuamos uma análise ao modelo de investimento no curto prazo podemos verificar que todas as variáveis influenciam de forma negativa a vontade de investir no próximo ano. Por outro lado, o modelo de empreendedorismo numa vertente de longo prazo, tem duas variáveis que influenciam de forma positiva a probabilidade de querer ser empreendedor, a “Aversão ao risco”, ou seja, caso não seja avesso, a variável dependente aumenta em 0,589. Demonstrando que quem é avesso ao risco tende a ter menos probabilidade de seguir uma carreira como empreendedor, porém terá maior probabilidade no longo prazo do que no curto prazo. Efetuando uma comparação entre os dois modelos, podemos verificar que no longo prazo a presença da aversão ao risco influencia mais do que no curto prazo, onde este coeficiente não é significativo e logo não influencia o fenómeno em estudo.

A variável “Tem ideia inovadora”, também têm maior peso no longo prazo do que no curto, uma vez que quem não tem ideia inovadora influencia a variável dependente no curto prazo 0,889 e 2,350 no longo prazo. Uma outra variável presente na equação é “A família tem empresa”, em ambos os modelos, o facto de a família não ter empresa influencia negativamente a probabilidade de querer ser empreendedor. Nos dois modelos, se o inquirido for mulher a vontade de empreender diminui, enquanto se for homem, não influencia a probabilidade de investir no longo ou no curto prazo, verifica-se assim que os homens têm maior vontade de empreender que as mulheres. A variável “Influência da Área de formação”, tal como a anterior, caso o indivíduo ache que a sua área não influencie a vontade de empreender, a probabilidade

de iniciar uma carreira empreendedora diminui, tanto no curto como no longo prazo, porém com mais relevo no longo prazo. Conforme esperado, a Idade é um coeficiente que influencia de forma negativa os modelos, quanto mais velho for o inquirido menor será a vontade de empreender. A interpretação dos β , neste tipo de modelo é mais complexa do que nos modelos de regressão linear simples.

Em suma, ambos os modelos, espelham o que se esperava que ocorresse com as variáveis e como estas influenciam de forma negativa e positiva a variável dependente de curto e longo prazo.

7. Conclusões

Após o estudo e análise dos dados obtidos, é necessário, segundo Silvestre (2007), a redação de relatório com a descrição de todas as limitações do estudo encontradas durante a sua realização, bem como as conclusões que foram obtidas. É relevante que todas as insuficiências sejam detetadas, de forma evidenciar para novos estudos, possíveis melhorias.

O grande objetivo desta investigação, foi identificar os obstáculos, motivações e desafios a que estão expostas as mulheres empreendedoras. Para que fosse possível esta análise, foi desde logo elaborada uma revisão de literatura, passando esta numa primeira fase na identificação do empreendedorismo como conceito, as suas intenções e motivações. Numa fase posterior, achando-se necessário a análise do conceito de cultura empreendedora, uma vez que serve esta como base para o desenvolvimento no empreendedorismo numa sociedade. Foi após o desenvolvimento destes conceitos, que o conceito do empreendedorismo feminino foi explorado e foram mostrados todos os obstáculos e desafios a que estão expostas as mulheres. Para que o caso português tivesse um enquadramento, foi elaborado neste projeto de tese um capítulo onde foram explorados temas como a mulher na sociedade portuguesa, as desigualdades presentes e por último a evolução do empreendedorismo em Portugal.

Através da revisão de literatura, foi possível, o desenho de uma grande questão de investigação – Empreendedorismo feminino, quais são as diferenças e os desafios a que estão expostas as mulheres? – de forma a dar resposta a esta questão, foi criado um inquérito por questionário, atrativo e lógico para permitir obter resposta à questão de investigação proposta. Foi desde logo definida, a amostra necessária e eficiente para que esta pudesse refletir a população total. As respostas obtidas pretendem evidenciar as diferentes motivações, obstáculos e fatores sociais que o empreendedorismo desenvolvido por mulheres apresenta.

A estatística é um conjunto de métodos adequados para recolher, explorar, interpretar e explorar dados. Foi neste projeto usada como um método científico para análise de dados. Foram construídos gráficos descritivos e comparativos entre homens e mulheres e desenhadas tabelas para interpretação dos dados obtidos. Estes elementos evidenciam os dados recolhidos, tentando sempre mostrar e refletir o pensamento de homens e mulheres face ao conceito de empreendedorismo e também à prática do mesmo. A amostra obtida é enviesada, podendo esta ter um comportamento não esperado. O facto de esta ser enviesada é também uma limitação para o estudo em causa.

A tentativa de construção de um modelo econométrico também teve algumas limitações, foi desde logo necessário a agregação em categorias de alguns dos dados, a eliminação de redundâncias existentes e a criação de variáveis dummy. Assim para completar o estudo, foram desenvolvidos dois modelos econométricos, que permitissem uma análise de uma vertente da probabilidade dos inquiridos quererem ser empreendedores no curto e longo prazo. Assim foram analisadas as respostas ao questionário nesse sentido, e sendo adicionadas variáveis que, segundo a revisão de literatura faziam sentido no comportamento esperado de quem pretende empreender. A criação dos dois modelos econométricos, permitiu uma comparação entre os dois para melhor perceção dos dados obtidos. Contudo feita, tendo em vista que os dados estimados não fossem demasiado complexos, de forma a ser possível a compreensão dos outputs obtidos.

De forma a responder à grande questão de investigação foi possível, ao longo da análise da amostra obtida, verificar que as mulheres se preocupam mais com a necessidade de realização pessoal e também com a sua estagnação na carreira, porém preocupam-se mais com a necessidade de sobrevivência e com a flexibilidade horária, que os homens. Esta preocupação com a flexibilidade de horário revela ainda os problemas detetados na revisão de literatura, do foco da mulher como mãe e única responsável pelas tarefas domésticas. A par destas preocupações, foi possível verificar que tanto homens como mulheres são desmotivados para o empreendedorismo com a falta de políticas para o seu desenvolvimento bem como a presença de muita burocracia. As mulheres são efetivamente mais avessas ao risco que os homens, tanto no longo como no curto prazo, pretendem investir sempre menos que os homens. Dos que pretendem investir, a escolha recai sempre em micro ou pequenas empresas, demonstrando que a cultura portuguesa carrega consigo sempre o conceito de aversão ao risco, pois a amostra revela que se sentem mais confortável em investir em pequenas e médias empresas. Em relação às diferenças entre os géneros, as mulheres consideram sempre que têm menos capacidade de liderança e de chefia, é este um obstáculo do empreendedorismo feminino, não vendo a sociedade a mulher como objeto de autoridade. No que diz respeito aos diferentes interesses de investimentos, as mulheres preferem a prestação de serviços e turismo ou não pretendem investir de todo. As mulheres estão mais expostas aos obstáculos ao nível da discriminação bancária na hora de emprestar e tendem a tornar-se empreendedoras por herança familiar, uma vez que segundo a amostra, as mulheres têm mais familiares com empresas que os homens. Em suma, o inquérito veio mostrar o que tinha sido explorado na revisão de literatura, falta da cultura empreendedora em Portugal, estereótipos de inferioridade em relação aos homens,

pensamento de menos capacidade de liderar e de chefiar por parte das mulheres, discriminação nos empréstimos ao investimento com maior dificuldade para o sexo feminino, e por último, problemática da conciliação entre a vida familiar e profissional das mulheres, sob a forma de falta de tempo e pressão social. Daí, as mulheres da amostra apontarem a flexibilidade horária como uma das motivações ao empreendedorismo, de forma a diminuir o conflito e a responder a todos os seus papéis sociais

Nesta fase conclusiva, é importante indicar uma nova realização de inquérito para aprofundamento do estudo, do Empreendedorismo Feminino no nosso país explorando outras vertentes e contornos do mesmo. Um dos problemas que surgiu na obtenção de respostas foi a percentagem elevada de resposta de inquiridos do género feminino, devido à sua maior sensibilidade e perceção da necessidade de resposta do mesmo para o estudo em causa. Esta elevada percentagem deixou algumas limitações para a análise estatística de comparação e também para a construção de modelos mais complexos. Recomenda-se a construção de novos estudos mais abrangentes para o estudo do empreendedorismo feminino em Portugal, numa vertente por exemplo, pós-pandemia Covid-19, e como a adversidade fez impulsionar no nosso país o empreendedorismo. Estas possibilidades demonstram, não só a importância deste tema, como as diversas possibilidades da sua análise e também a importância do mesmo para a economia e desenvolvimento do nosso país.

Bibliografia

- Ahl, H. J. (2002). The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship (Doctoral dissertation, Internationella Handelshögskolan).
- Allen, E., Langowitz, N., Elam, A. E., & Dean, M. (2007). The global entrepreneurship monitor (GEM) 2007 report on women and entrepreneurship executive summary.
- Almeida, A. J. (2007). Empregabilidade, contextos de trabalho e funcionamento do mercado de trabalho em Portugal. *Sísifo revista de ciências da educação*, (2), 51-58.
- Bernardino, S., Freitas Santos, J., & Cardoso, C. (2018). Empreender no feminino em Portugal: Motivações e obstáculos. *European Journal of Applied Business Management*, 1(4), 101-117.
- Batista, B. F., Rodrigues, D., Moreira, E., & Silva, F. (2019) Técnicas de Recolha de Dados em Investigação: Inquirir por Questionário e/ou Inquirir por Entrevista?. *Metodologias de Investigação*, 13.
- Cantillon, R. (2017). *Essay on the Nature of Commerce in General*. Routledge.
- Comissão Europeia (2020). Estratégia igualdade mulheres e homens. Disponível em setembro, 2021 em <https://www.cig.gov.pt/2020/03/comissao-europeia-apresenta-estrategia-igualdade-mulheres-homens/>
- Comissão Europeia (2021). Indicadores de mercado: Portugal. Disponível em janeiro, 2022 em https://ec.europa.eu/eures/public/living-and-working/labour-market-information_pt
- Carmo, H., & Ferreira, M. (2008). Metodologia da Investigação—Guia para Auto-aprendizagem (2ª edição). *Lisboa: Universidade Aberta*, 15, 16.
- Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo*. Elsevier Brasil.
- Farah, M. F. S. (2008). Disseminação de inovações e políticas públicas e espaço local. *Organizações & Sociedade*, 15, 107-126.
- Ferreira, V. (2010). A igualdade de Mulheres e Homens no Trabalho e no emprego em Portugal Políticas e Circunstâncias.
- Ferreira, V. (1999). Os paradoxos da situação das mulheres em Portugal.
- GEM (2011). Reporte Anual. Disponível em agosto, 2021 <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2011-global-report>

- GEM (2019-2020). Reporte Anual. Disponível em agosto, 2021
<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Hill, M. M., & Hill, A. (1998). A construção de um questionário.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship (Vol. 45, No. 2, p. 209). American Psychological Association.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard business review*, 88(6), 40-50.
- Kleinbaum, D. G., & Klein, M. (2010). Introduction to logistic regression. Springer, New York, NY.
- McClelland, D. C., & Mac Clelland, D. C. (1961). Achieving society (Vol. 92051). Simon and Schuster.
- Neck, H. M., Meyer, G. D., Cohen, B., & Corbett, A. C. (2004). An entrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of small business management*, 42(2), 190-208.
- Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of small business management*, 25(3), 22.
- Parente, C., Santos, M., Chaves, R. R., & Costa, D. (2011). Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição.
- Parlamento Europeu (2020). Disparidades Salariais entre Homens e Mulheres. Disponível em janeiro, 2022 em
<https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/society/20200109STO69925/perceber-as-disparidades-salariais-entre-homens-e-mulheres-definicao-e-causas>
- Pinchot, G., & Pellman, R. (1999). Intrapreneuring in action: A handbook for business innovation. Berrett-Koehler Publishers.
- Pordata (2020). Emprego e Mercado de Trabalho 1986-2020. Disponível em janeiro, 2022 em
<https://www.pordata.pt/Tema/Europa/Emprego+e+Mercado+de+Trabalho-29>
- Rembulan, C. L., Ratna Indudewi, F. Y., & Rahmawati, K. D. (2016). Work-family conflict of women entrepreneurs and women employees.
- ROBBINS, Stephen Paul. Comportamento Organizacional. São Paulo: Prentice Hall, 2002

- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e inovação*. Escolar Editora.
- Santos, C. (2007). Estatística descritiva. *Manual de auto-aprendizagem*, 2.
- Say, J. B. (1816). Catechism of political economy: Or, familiar conversations on the manner in which wealth is produced, distributed, and consumed in society. Sherwood, Neely, and Jones.
- Schwartz, E. B. (1973). Can women compete in small business?. *Journal of Small Business Management (pre-1986)*, 11, 4.
- Schumpeter, J. A. (2000). Entrepreneurship as innovation. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Silvestre, A. (2007). *Análise de dados e estatística descritiva*. Escolar editora.
- Wall, K., & Amâncio, L. (2007). *Família e Género em Portugal e na Europa*. Imprensa de Ciências Sociais.
- WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. Lisboa:Editorial Presença, 2015.
- Winn, J. (2005). Women entrepreneurs: can we remove the barriers?. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 381-397.
- Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-18.
- Yordanova, D. I., & Tarrazon, M. A. (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(03), 245-261.

Anexo A-

Questionário Empreendedorismo Feminino
Q1 – Idade Clique ou toque aqui para introduzir texto.
Q2- Género Feminino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/>
Q3- Sabe o que é o empreendedorismo? Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>
Q4- Já investiu em algum negócio/ideia de um amigo ou familiar? Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>
Q5- Já investiu ou investe, qual a área que tem para si maior interesse? Agricultura <input type="checkbox"/> Artesanato <input type="checkbox"/> Moda <input type="checkbox"/> Indústria Transformadora <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Prestação de serviços <input type="checkbox"/> Outra <input type="checkbox"/>
Q6- No caso de investir, sentia-se mais tranquilo/a investir em negócios de que dimensão? Microempresa (até 10 trabalhadores) <input type="checkbox"/> Pequenas empresas (10 a 49 trabalhadores) <input type="checkbox"/> Média Empresas (50 a 249 trabalhadores) <input type="checkbox"/> Grande Empresa (mais de 250 trabalhadores) <input type="checkbox"/>
Q7- Acha que tem capacidade de liderança? Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>
Q8- Já assumiu cargos de chefia, liderando equipas? Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>
Q9- Já criou algum negócio próprio/empresa? Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>

<p>Q10- Considera que tem alguma ideia inovadora, que poderia ter sucesso?</p> <p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p>
<p>Q11- Já pensou ser empreendedor?</p> <p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p>
<p>Q12- O que o motivaria a seguir o empreendedorismo? (Selecione 3 opções)</p> <p>Necessidade de sobrevivência (ausência de emprego por conta de outrem) <input type="checkbox"/></p> <p>Dar continuidade ao negócio familiar <input type="checkbox"/></p> <p>Identificação de oportunidade de mercado, ainda não explorada <input type="checkbox"/></p> <p>Estagnação da carreira profissional e querer progredir de outra forma <input type="checkbox"/></p> <p>Necessidade de realização pessoal <input type="checkbox"/></p> <p>Região onde está inserido(a) <input type="checkbox"/></p>
<p>Q13- Optando por uma carreira de empreendedor, o que acha que seria para si mais importante? (Selecione 3 opções)</p> <p>Puder conciliar todos os seus papéis sociais (papel na família, sociedade em geral e no seio da vida profissional) <input type="checkbox"/></p> <p>Flexibilidade horária. <input type="checkbox"/></p> <p>Manutenção do rendimento pessoal, independência financeira <input type="checkbox"/></p> <p>Ter sucesso profissional, cumprir objetivos pessoais <input type="checkbox"/></p> <p>Emancipação <input type="checkbox"/></p>
<p>Q14- Na sua opinião o que o desmotiva, para iniciar uma carreira empreendedora? (Selecione 3 opções)</p> <p>Presença de muita burocracia <input type="checkbox"/></p> <p>Falta de políticas para o desenvolvimento do empreendedorismo <input type="checkbox"/></p> <p>Dificuldade de acesso ao crédito <input type="checkbox"/></p> <p>Falta de aconselhamento e estruturas para acompanhamento <input type="checkbox"/></p> <p>Políticas de apoio discriminatórias <input type="checkbox"/></p>
<p>Q15- Pensa ou pretende investir no próximo ano?</p> <p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p>
<p>Q16- Considera-se avesso ao risco?</p> <p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p>

Q17- A sua família é detentora de uma empresa?

Sim Não

Q18- Qual a sua escolaridade?

Ensino Básico

Ensino Secundário

Licenciatura/Bacharelato

Mestrado

Doutoramento

Q19- Qual é a sua área de formação?

Clique ou toque aqui para introduzir texto.

Q20- Considera que a sua área de formação potencia a sua vontade de empreender?

Sim Não

Q21- Situação profissional

Desempregado

Empregado conta própria

Empregado conta outrem

Estudante

Outra

Q22- Qual a sua satisfação com a sua situação profissional? (numa escala de 0 a 10)

Clique ou toque aqui para introduzir texto.