

ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

CONTABILIDADE
CONTABILIDAD

DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DESARROLLO REGIONAL

EMPRENDEDORISMO
EMPRENDIMIENTO

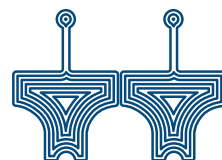
EMPRESA FAMILIAR
EMPRESA FAMILIAR

ESTRATÉGIA
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

1

VOL.



XXX JORNADAS
Luso - Espanholas
de **GESTÃO CIENTÍFICA**

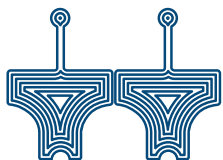
'cooperação transfronteiriça:
desenvolvimento e coesão territorial'

5 a 8 FEV 2020 . Bragança

30xxx

lusoesholas2020.ipb.pt

livro de atas
livro de atas
livro de atas
libro de actas
libro de actas
libro de actas

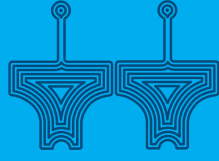


XXX JORNADAS
Luso - Espanholas
de **GESTÃO CIENTÍFICA**

'**cooperação transfronteiriça:**
desenvolvimento e coesão territorial'

5 a 8 FEV 2020 . Bragança

Bragança . 2020



**Título | Título**

XXX Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica.
Cooperação transfronteiriça: desenvolvimento e coesão territorial
Livro de Atas

XXX Jornadas Luso-Españolas de Gestión Científica.
Cooperación transfronteriza: desarrollo y cohesión territorial
Libro de Actas

Editores | Editores

Paula Odete Fernandes | UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança
Alcina Maria Nunes | UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança
Isabel Maria Lopes | UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança
João Paulo Ribeiro Pereira | UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança
João Paulo Ramos Teixeira | UNIAG, CeDRI, Instituto Politécnico de Bragança
Joaquim Agostinho Leite | Instituto Politécnico de Bragança
Jorge Manuel Afonso Alves | UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança
Nuno Adriano Baptista Ribeiro | UNIAG, Instituto Politécnico de Bragança
Nuno Filipe Lopes Moutinho | Instituto Politécnico de Bragança
Mário Lino Barata Raposo | Universidade da Beira Interior
João José de Matos Ferreira | Universidade da Beira Interior
Helena Maria Batista Alves | Universidade da Beira Interior
Antonio Leal Millán | Universidad de Sevilla
Carmen Barroso Castro | Universidad de Sevilla
Antonio Navarro García | Universidad de Sevilla

Coordenação e Edição Gráfica | Coordinación y Edición Gráfica

Jacinta & Carlos Casimiro da Costa | Instituto Politécnico de Bragança

Publicação | Publisher

UNIAG | Instituto Politécnico de Bragança

Data de Edição | Fecha de Edición

dezembro | diciembre de 2020

Morada | Address

Campus de Santa Apolónia
5300-253 Bragança . Portugal
lusoespanholas2020.ipb.pt
jle2020@ipb.pt

VOLUME I

ISBN: 978-972-745-274-3 | **URL:** <http://hdl.handle.net/10198/21802>



Comissão Organizadora | Comisión Organizadora

Paula Odete Fernandes (Chair)
Alcina Maria Nunes
Isabel Maria Lopes
João Paulo Ribeiro Pereira
João Paulo Ramos Teixeira
Joaquim Agostinho Leite
Jorge Manuel Afonso Alves
Nuno Adriano Baptista Ribeiro
Nuno Filipe Lopes Moutinho

Secretariado | Secretaria

Fátima de Jesus Henriques Silva
Sofia Aspeçada

Design | Diseño

Carlos Sousa Casimiro da Costa
Jacinta Casimiro da Costa

Video, Motion Graphics & Comunicação | Video, Motion Graphics y Comunicación

Ferdinando José Silvestre da Silva
Nuno Nascimento
Sara Morgado

Financiado por UNIAG, unidade de I&D financiada pela FCT – Fundação para a ciência e a Tecnologia, Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, no âmbito do Projeto n.º UIDP/04752/2020.



patrocinadores



apoios



EMPREENDEDORISMO FEMININO: FATORES DE IMPACTO POR LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

Stephanie Berón Merhy, ste_beron@hotmail.com, Instituto Politécnico de Bragança e UTFPR
Alcina Nunes, alcina@ipb.pt, UNIAG e Instituto Politécnico de Bragança

RESUMO: O empreendedorismo é um fenómeno global de grande interesse económico e científico que vem dando, nos últimos anos, maior relevo ao papel das mulheres na atividade empreendedora. Sendo um fenómeno global não se desenrola, no entanto, de forma idêntica pelo mundo. Face ao exposto o presente trabalho tem como objetivo identificar e quantificar os fatores que influenciam o empreendedorismo feminino em diferentes localizações geográficas tentando perceber quais os principais desafios enfrentados pelas mulheres durante a sua atividade empreendedora em diferentes contextos. Para a realização das análises foram estudadas 107 economias - divididas por continentes – utilizando dados secundários que se encontram disponíveis publicamente no Global Entrepreneurship Monitor. Para essas economias, ao longo de 9 anos, foi aplicada a metodologia econométrica de dados em painel. Verificou-se que a atividade empreendedora feminina é distinta o continente em análise.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo feminino, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Dados em painel, continentes.

ABSTRACT: Entrepreneurship is a global phenomenon of great economic and scientific interest that has been emphasizing the role of women in the entrepreneurial activity in recent years. Being a global phenomenon does not unfold, however, identically throughout the world. Given the abovementioned, this paper aims to identify and quantify the factors that influence female entrepreneurship in different geographical locations trying to understand what are the main challenges faced by women during their entrepreneurial activity in different contexts. For the analysis, 107 economies - divided by continents - were studied using secondary data that is publicly available on the Global Entrepreneurship Monitor. For these economies, over 9 years, the panel data econometric methodology was applied. It was found that female entrepreneurial activity is distinct regarding the continent under analysis.

KEYWORDS: Female entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Panel data, Continents.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema em destaque na economia atual tratando-se de um fenómeno global com uma vasta discussão em seu redor. Ora, tão importante quanto o estudo do empreendedorismo, em geral, é a realização de uma análise que considere as diferenças de género envolvidas na temática. Autores como de Bruin, Brush e Welter (2007) ou Minniti e Naudé (2010) defendiam que os contextos e as situações em que o empreendedorismo feminino ocorre são diversos sendo que, para um entendimento mais completo de um fenómeno que é importante para os indivíduos, para as comunidades e para as economias, exige a necessidade de perceber, com detalhe, as informações provenientes da academia, dos profissionais, dos meios de comunicação e dos decisores políticos. De facto, o empreendedorismo feminino incorpora características culturais, económicas, psicológicas, sociais e até mesmo ambientais, tratando-se de um conceito de natureza multidisciplinar (Halim & Razak, 2014). Além disso, o empreendedorismo feminino é sensível a diversos fatores, os quais apresentam consequências com diferentes níveis de intensidades na relação entre as mulheres e a atividade empreendedora (Pérez & Hernández, 2016).

A compreensão das semelhanças e diferenças existentes entre economias, no contexto empreendedor, é relevante para a compreensão do empreendedorismo feminino, assim como as suas potenciais implicações (causas e efeitos) na implementação das políticas públicas (Minniti & Naudé, 2010). As diferenças entre

homens e mulheres na atividade empreendedora, assim como a diversidade de fatores que influenciam o empreendedorismo feminino, são objeto de estudo de uma vasta quantidade de trabalho de investigação que resultam numa interessante reflexão quanto ao impacto do género na atividade empreendedora e suas peculiaridades. De facto, assim que a quantidade de mulheres empreendedoras se tornou mais ativa, surgiu um forte interesse em estudar possíveis disparidades relativas ao género, sendo que ainda não existem definições claras para as razões das diferenças encontradas (Startiene & Remeikiene, 2008). Porém, muitas perspetivas abordam as diferenças psicológicas, sociais ou sociológicas (Navarro & Jiménez, 2016).

No contexto geral do fenómeno do empreendedorismo, o empreendedorismo feminino está em evidência face ao processo de feminização do mercado de trabalho e de um aumento gradativo de empreendimentos gerados por mulheres, tornando-se cada vez mais relevante conhecer a sua importância no cenário económico global (Amorim & Batista, 2012). De acordo com a literatura, numa dimensão individual, as mulheres acreditam que empreender proporciona vantagens como uma maior liberdade, realização, autonomia e independência financeira, assim como efeitos positivos quanto à satisfação originada pela atividade empreendedora (Silveira & Gouvêa, 2008). Ainda, de acordo com os mesmos autores, “as mulheres têm consciência da influência de seu papel como empreendedoras na vida pessoal, na família e na sociedade” (Silveira & Gouvêa, 2008, p. 127). De uma maneira geral, algumas das características que auxiliam uma mulher a tornar-se uma empreendedora de sucesso na área de serviços são, por exemplo, a sua maior sensibilidade, empatia, compromisso e vontade de ajudar, possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador (Amorim & Batista, 2012). “A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros” (Grzybovski, Boscarin, & Migott, 2002, p. 192). De acordo com Navarro e Jiménez (2016), a capacidade para os negócios das mulheres pode ser incentivada ou desestimulada por variáveis como a idade, a classe social, o capital, a ideologia e a formação (académica e/ou profissional). Ainda de acordo com os autores, entre os fatores externos encontram-se: o âmbito geográfico da atividade, o financiamento associado, o setor económico em causa e a burocracia.

No entanto, por mais que alguns estudos revelem um número cada vez maior de empresárias e de empresas lideradas por mulheres, o nível de atividade empreendedora feminina ainda é menor quando comparada com a masculina. A explicação para o número significativamente menor de negócios geridos por mulheres, quando comparados com os homens, é bastante complexa (Minniti & Naudé, 2010). De entre as possíveis explicações para a taxa de envolvimento das mulheres com o empreendedorismo ser inferior que a dos homens, encontra-se a discriminação dos credores e consumidores contra mulheres independentes (Pérez & Hernández, 2016; Fossen, 2011). Verifica-se, também, que as mulheres são significativamente menos propensas a solicitar empréstimos por receio de verem os seus pedidos negados (Coleman, 2007). No mesmo contexto, Pérez e Hernández (2016) afirmam que, muitas vezes, dado o receio de fracasso, da falta de confiança em si próprias e das dificuldades percebidas, as mulheres confiam menos em instrumentos financeiros e mais em fontes internas de apoio financeiro. Aos fatores financeiros Minniti e Naudé (2010) acrescentam as dificuldades sociais e/ou culturais sentidas pelas mulheres e Tsyganova e Shirokova (2010) acrescentam que as mulheres são menos propensas a iniciar um novo negócio, em comparação com os homens.

“Outras diferenças entre mulheres empreendedoras e empreendedores do sexo masculino podem ser encontradas nas motivações para iniciarem os seus negócios e na sua reação ao risco” (Moreno, 2016, p. 64). Numa situação de recessão económica, por exemplo, as mulheres são mais propensas a iniciar um negócio motivadas pela necessidade do que os homens (Verheul, Stel, & Thurik, 2006). Quanto à aversão ao risco, de acordo com Fossen (2011), as mulheres apresentam-se mais avessas ao risco que os homens. Mesmo entre as mulheres há características que as podem distinguir em termos de atividade empreendedora. De acordo com Pérez e Hernández (2016) podem ser estabelecidas diferenças com base na idade. Mulheres jovens são motivadas, na maioria das vezes, por razões internas como o desejo de querer materializar ideias e projetos na sua própria empresa. Os motivos externos são mais relevantes para as mulheres de meia-idade mais preocupadas com o contexto económico e mais comprometidas com a vontade de alterarem a situação na qual se encontram. De acordo com Alvarez, Noguera e Urbano (2012), os efeitos informais impactam positivamente sobre a probabilidade de a mulher empreender, enquanto os efeitos formais não apresentam efeitos significativos. Entre os efeitos informais conta-se a perceção das habilidades necessárias para empreender, as redes sociais existentes e o papel da família. Nos efeitos formais inclui-se: o financiamento, as políticas de apoio não económicas e a formação. De acordo com Kargwell (2012, p. 53), “empreendedores do sexo masculino e feminino são motivados a aumentar o seu rendimento”. Porém as mulheres também apresentam uma reação positiva resultante do efeito da satisfação com a vida pessoal ao exercer uma

atividade empreendedora, enquanto para os homens tal efeito pode ser considerado como inexistente (Verheul et al., 2006).

Em jeito de conclusão, pode afirmar-se que as dificuldades para iniciar um novo negócio existem tanto para homens quanto para mulheres, porém em graus diferentes (Kargwell, 2012). Mas, tanto barreiras visíveis como invisíveis são encontradas pelas mulheres e dificultam o seu envolvimento com o empreendedorismo (Navarro & Jiménez, 2016). Ou seja, mesmo a remoção das barreiras visíveis existentes para o empreendedorismo feminino não resultaria num aumento instantâneo da atividade empresarial feminina, sendo necessário conhecer com detalhes os obstáculos enfrentados pelas mulheres de acordo com os seus respetivos contextos para, dessa forma, atenuar as disparidades de género empresarial e apoiar a necessidade de ações políticas afirmativas (de Bruin et al., 2007). A redução da disparidade entre os géneros no empreendedorismo é um processo complexo e longo, devido a abundância de fatores envolvidos (Startiene & Remeikiene, 2008), logo é fundamental considerar os detalhes da sociedade no qual os indivíduos estão inseridos e a sua realidade, já que as características empreendedoras – motivação para empreender, definição de objetivos e modo de administração – e as realidades enfrentadas pelas mulheres diferem de acordo com o espaço social em seu redor (Moreno, 2016).

Face ao exposto, e tendo em consideração o contexto no qual a atividade empreendedora se insere, pretende-se, com este trabalho de investigação, abordar a problemática relacionada com o género e os fatores que influenciam o empreendedorismo feminino em economias localizadas em diferentes continentes. Trata-se de uma temática ainda não muito explorada na perspetiva agora proposta e, além disso, relevante pela possibilidade de servir como base para a definição de políticas de incentivo ao empreendedorismo feminino em diferentes localizações geográficas. Assim, para a realização de um trabalho de investigação que considere as diferenças existentes entre os géneros e o empreendedorismo considera-se que dado tratar-se de um fenómeno que pode ser observado a uma escala global, se torna relevante analisá-lo de uma forma que considere diferentes contextos económicos em diferentes localizações geográficas. Face ao exposto, este trabalho trata o empreendedorismo feminino num contexto internacional e procura considerar os diferentes fatores que poderão influenciar a atividade empreendedora das em diferentes continentes. O conhecimento dos fatores com impacto na atividade empreendedora feminina é fundamental para a definição de políticas públicas efetivas.

Para atingir o objetivo desta investigação, ou seja, identificar e quantificar os fatores que influenciam o empreendedorismo por género em países com diferentes níveis de rendimento é utilizada informação provenientes do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). O GEM estuda as implicações e causas do comportamento empreendedor em diferentes economias mundiais (Minniti & Nardone, 2007). O programa foi criado em 1999 para medir as diferenças no nível de atividade empreendedora entre países, analisar a relação sistemática entre o crescimento económico nacional e o empreendedorismo, propor políticas que possam auxiliar o aumento do nível de atividade empreendedora nacional e, também, desvendar fatores que conduzam a um nível superior de empreendedorismo (Minniti & Arenius, 2003). Tendo em conta a origem dos dados estatísticos, o conceito de empreendedorismo que será utilizado neste trabalho é o proposto pelo GEM. Este define empreendedorismo como “qualquer tentativa de novos negócios ou criação de novas empresas, tais como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de uma empresa já existente, seja por um indivíduo, uma equipa de pessoas, ou por um negócio estabelecido” (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2016). Para identificar e quantificar a influência dos fatores que possuem alguma forma de impacto no empreendedorismo feminino nos diferentes continentes, estimam-se modelos econométricos de dados em painel. Tais modelos são adequados para esta análise pois permitem estimar modelos em que as bases de dados combinam características das séries temporais com dados em corte transversal. Neste caso em particular, o modelo econométrico de dados em painel permite que as variáveis estudadas (fatores de impacto) sejam observadas por continente e ao longo do tempo. Dessa forma, é feita uma análise tanto no tempo quanto no espaço.

O trabalho divide-se em quatro secções. Depois da secção da introdução onde se apresenta a motivação do trabalho de investigação e o enquadramento teórico subjacente à problemática em estudo, segue-se uma secção com a metodologia utilizada. Na secção de metodologia apresenta-se a base de dados utilizada, o Global Entrepreneurship Monitor, as variáveis estudadas e a metodologia econométrica de dados em painel usada na realização do trabalho. Na terceira secção faz-se a apresentação dos resultados da estimação dos modelos de dados em painel e a sua discussão. O trabalho termina com a apresentação das principais conclusões.

2. GEM, VARIÁVEIS EM ESTUDO E MÉTODO ECONOMETRICO DE ANÁLISE

A análise das variáveis que possuem impacto na opção de mulheres pela atividade empreendedora e a influência de tais variáveis em economias localizadas em diferentes continentes, é a questão central deste trabalho. Pretende-se identificar e quantificar o impacto de um conjunto de fatores individuais (aspirações, atitudes e percepções) e nacionais (ambiente empresarial ao nível de cada economia), no âmbito geográfico de 107 países (mais ou menos desenvolvidos) localizados nos 5 continentes. Diferentes contextos geográficos implicam, conseqüentemente, também contextos culturais, sociais e legais distintos. Para atingir tal objetivo - e dada a intenção de identificar e a quantificar o fenómeno em estudo - aplicar-se-á uma metodologia de análise quantitativa.

A base de dados utilizada para atingir tal objetivo é uma base de dados secundária obtida internacionalmente, de forma consistente e coerente, para todas as economias em análise pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM). O estudo pesquisa possui um âmbito geográfico definido, mesmo que bastante extenso pela grande quantidade de países abordados. O estudo possui também um âmbito temporal definido, abrangendo um período que vai do ano de 2007 a 2015. A fim de identificar e quantificar os fatores de maior influência para o envolvimento das mulheres na atividade empreendedora será aplicada a metodologia econométrica de dados em painel, dada a análise temporal e geográfica que se irá realizar em simultâneo.

Em todo o planeta, o GEM é o maior estudo relativo ao empreendedorismo (Tsyganova & Shirokova, 2010) e retrata as características multifacetadas do fenómeno, reconhecendo o comportamento dos indivíduos e também a sua interação com o ambiente (Kelley, Singer e Herrington, 2015). O GEM foi concebido com o fim de: (i) descobrir fatores que influenciam positiva ou negativamente a atividade empreendedora, (ii) fornecer uma plataforma que possibilite a avaliação da medida em que o empreendedorismo influencia o crescimento económico e (iii) definir medidas políticas com a finalidade de impulsionar a capacidade empreendedora numa economia (Kelley et al., 2015). Além de examinar as relações existentes entre o empreendedorismo, o desenvolvimento económico e o crescimento de cada economia nacional, o GEM examina também as relações existentes entre o empreendedorismo, valores e atitudes. (Coduras, Clemente, & Ruiz, 2016). O GEM estuda ainda, as implicações e causas do comportamento empreendedor em diferentes países no mundo (Minniti & Nardone, 2007). De facto, “o projeto GEM é uma das investigações mais relevantes para a análise da atividade empreendedora” (Alvarez et al., 2012, p.383). Desta forma, na base de dados que disponibiliza publicamente é possível recolher uma grande quantidade de informação relacionada com o empreendedorismo em diversos países distribuídos por todo o globo. Os dados apresentam-se de forma organizada e estão disponíveis para que investigadores realizem estudos académicos e científicos sobre a temática. Assim, a base de dados disponibilizada pelo GEM enquadra-se, perfeitamente, no objetivo proposto para a realização deste trabalho de investigação quantitativo. Das variáveis recolhidas no GEM, uma constitui a variável que se pretende explicar. Esta variável é a taxa de atividade empreendedora feminina (TEAf) que se apresenta identificada e explicada na Tabela 1.

Tabela 1: Identificação e definição da variável dependente

Variável	Descrição
Variável Dependente (explicada)	
TEAf	Porcentagem da população feminina com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que são empreendedores nascentes ou proprietários-gerentes de um novo negócio (empresa)

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 2 apresentam-se as variáveis que poderão ter impacto sobre a variável. Estas variáveis dividem-se por quatro categorias: (i) variáveis relacionadas com aspirações; (ii) variáveis relacionadas com atitudes e percepções; (iii) variáveis relacionadas com o ambiente empresarial da economia; e, (iv) outras variáveis macroeconómicas. O período temporal analisado corresponde ao período entre o ano de 2007 e o ano de 2015, sendo que, para algumas das variáveis utilizadas, não há dados para todos os períodos de tempo, assim como nem todas as variáveis estão disponíveis para algumas economias, tratando-se, portanto, de um painel desequilibrado de dados.

Tabela 2: Identificação e definição das variáveis independentes (explicativas)

Variável	Descrição
Variáveis Independentes (explicativas)	
A - Variáveis relacionadas com aspirações	
Crescimento	Percentagem da população que inicia um novo negócio (TEA) que espera empregar pelo menos cinco funcionários até 5 anos após o início da atividade empresarial
Produto	Percentagem da população que inicia um novo negócio (TEA) que indica que o seu produto ou serviço é novo (inovador), pelo menos para alguns clientes
Internacional	Percentagem da população que inicia um novo negócio (TEA) que indica que pelo menos 25% dos clientes são clientes externos à economia
B - Variáveis relacionadas com atitudes e percepções	
Capacidades	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que acredita ter as habilidades/competências e conhecimentos necessários para iniciar um novo negócio (empresa)
Conjuntura	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que percebe a existência de boas oportunidades para iniciar um negócio (empresa) na área onde vive
Empreendedores	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que conhece pessoalmente alguém que iniciou um negócio (empresa) nos últimos dois anos
Medo	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que encara de forma positiva as oportunidades e que indica que o medo do fracasso impede a criação de um novo negócio
Intenção	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que pretendem iniciar um novo negócio dentro de três anos
Carreira	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que concorda com a afirmação de que no seu país a maioria das pessoas consideram a atividade empresarial como uma escolha de carreira desejável
Status	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que concorda com a afirmação de que no seu país, empresários bem sucedidos possuem um estatuto social elevado
Mídia	Percentagem da população com idade compreendida entre os 18 e os 64 anos que concorda com a afirmação de que no seu país os meios de comunicação social transmitem notícias sobre atividades empresariais bem sucedidas
C - Variáveis relacionadas com o ambiente empresarial da economia	
Financiamento	Indicador que mede o grau de disponibilidade de recursos financeiros (incluindo subsídios) disponíveis na economia para as pequenas e médias empresas (PMEs)
Governo	Indicador que mede o grau em que as políticas públicas apoiam o empreendedorismo (criação de novas empresas e negócios na economia)
Burocracia	Indicador que mede o grau em que as políticas públicas de apoio ao empreendedorismo (criação de novas empresas e negócios na economia) são neutros ou encorajam novas PMEs
Programas	Indicador que mede o grau de presença e a qualidade dos programas que assistem directamente as PMEs em todos os níveis de governo (nacional, regional, municipal)
Escola	Indicador que mede o grau em que a formação para a criação ou gestão de PMEs é incorporada dentro do sistema de educação e formação ao nível do sistema de educação primário e secundário
Formação	Indicador que mede o grau em que a formação para a criação ou gestão de PMEs é incorporada dentro do sistema de educação e formação ao nível do sistema de ensino superior
I&D	Indicador que mede o grau em que a investigação e o desenvolvimento nacional conduzem as novas oportunidades comerciais e estão disponíveis para as PMEs
Apoio	Indicador que mede o grau de presença de direitos de propriedade e a existência de instituições legais e de avaliação que apoiam ou promovem as PMEs
Dinamismo	Indicador que mede o grau de dinamismo empresarial existente anualmente na economia, ou seja, o grau de mudança empresarial registado de ano para ano
Abertura	Indicador que mede o grau em que as novas empresas são livres para entrar em mercados internacionais existentes
Infraestruturas	Indicador que mede o grau de facilidade de acesso a recursos físicos/infraestruturas - comunicações, serviços públicos, transporte, terra ou espaço - a um preço que não discrimina as PMEs
Cultura	Indicador que mede o grau em que as normas sociais e culturais incentivam ou permitem ações que conduzem à realização de novos métodos de negócio ou atividades empresariais
D - Outras variáveis macroeconómicas	
GDPpc	Produto Interno Bruto (rendimento) <i>per capita</i> (dolares americanos a preços correntes)
Desemprego	Percentagem da população desempregada na economia

Fonte: Elaboração própria

No âmbito geográfico, o objeto de estudo definido para a análise é constituído por um total de 107 países localizados nos 5 continentes: África, América, Ásia, Europa e Oceânia. Pelo facto de as economias em estudo estarem presentes em diferentes continentes este estudo possui um âmbito global que permite que o empreendedorismo feminino seja estudado em diferentes realidades geográficas, políticas, sociais, legais e económicas.

A fim de identificar e quantificar quais os fatores que podem estar na origem da atividade empreendedora feminina em diferentes continentes, foi aplicada a metodologia econométrica de dados em painel. Para a estimação dos modelos é utilizada informação para os 107 países abordados num período de tempo que decorre entre 2001 e 2015. Ou seja, informação para duas dimensões – tempo e espaço. De acordo com Arellano (2003), utiliza-se a expressão de dados em painel para qualquer conjunto de dados que possuam observações repetidas para os mesmos indivíduos ao longo do tempo. O autor acrescenta que “indivíduos”

podem ser considerados trabalhadores, empresas, indústrias, famílias, regiões ou países. Neste trabalho os indivíduos são as 107 economias em estudo. O período temporal analisado corresponde ao período de 15 anos que medeia entre 2001 e 2015, sendo que nem todos os países apresentam dados para o mesmo número de anos, tratando-se, portanto, de um painel não equilibrado, como já explicado. Na modelação de dados em painel é importante destacar a utilização dos modelos de efeitos fixos (FE) e dos modelos de efeitos aleatórios (RE), que serão utilizados neste trabalho.

O modelo de efeitos fixos pretende controlar que variáveis omitidas influenciam o resultado final. Tais variáveis são constantes no tempo e diferem entre os indivíduos. Dessa forma, o modelo de efeitos fixos busca remover o efeito das características presentes nas variáveis omitidas, que não devem ser correlacionadas com as demais variáveis. Em termos formais, o modelo de efeitos fixos apresenta-se de acordo com a seguinte equação geral (Eq. 1):

$$Y_{it} = a_i + b_1 X_{1it} + \dots + b_n X_{nit} + u_{it} \quad [1]$$

A equação 1 considera a existência de n variáveis explicativas, onde: Y_{it} é a variável que se pretende explicar para a economia i no momento de tempo t , a_i é a constante do modelo que se apresenta constante no tempo e variável entre as economias, b_1 é o coeficiente associado à variável independente X_{1it} e u_{it} representa o termo de erro.

O modelo de efeitos fixos permite que haja uma correlação entre as variáveis incluídas e os efeitos individuais não-observados. Em contrapartida, o modelo de efeitos aleatórios considera os parâmetros estimados como constantes e não correlacionados com as variáveis independentes incluídas no modelo. Em termos formais, o modelo de efeitos aleatórios apresenta-se de acordo com a seguinte equação geral (Eq. 2):

$$Y_{it} = a + b_1 X_{1it} + \dots + b_n X_{nit} + (\varepsilon_i + \varepsilon_{it}), \text{ com } a_i = \varepsilon_i \quad [2]$$

A equação 2 considera a existência de n variáveis explicativas, onde Y_{it} é a variável que se pretende explicar para a economia i no momento de tempo t ; a é a constante do modelo, b_1 é o coeficiente da variável independente X_{1it} , ε_i representa o efeito aleatório individual não-observável e ε_{it} representa o termo de erro.

Para a escolha entre o modelo de efeitos fixos ou o modelo de efeitos aleatórios é utilizado o teste Hausman, ferramenta que avalia o ajuste dos modelos e indica qual é o mais recomendado dependendo dos coeficientes estimados e resultados. O teste Hausman testa a hipótese nula de que o modelo de efeitos aleatórios é o mais adequado para a análise dos dados em estudos face à alternativa dada pelo modelo de efeitos fixos (hipótese alternativa). Os resultados obtidos pelos efeitos aleatórios são preferíveis quando a hipótese nula é aceite, enquanto os resultados obtidos pelos efeitos fixos são considerados preferíveis quando a hipótese nula que se esta a testar não é aceite. O teste Hausman, em termos de notação matemática testa as seguintes hipóteses [Eq.3]:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: cov(\alpha_i, X_{it}) = 0 \rightarrow \text{Efeitos aleatórios} \\ H_0: cov(\alpha_i, X_{it}) \neq 0 \rightarrow \text{Efeitos fixos} \end{array} \right. \quad [3]$$

3. RESULTADOS E ANÁLISE CRÍTICA

Na Tabela 3 é possível observar a influência de cada uma das variáveis independentes na taxa de atividade empreendedora feminina em países localizados em diferentes continentes – os países em análise estão divididos em quatro grupos referente a sua localização geográfica: África, América, Europa e Ásia e Oceânia. Os países localizados na Oceânia foram classificados junto aos localizados na Ásia pois percebeu-se, que a quantidade reduzida de países estudados no continente poderia prejudicar a mensuração dos resultados. Na tabela é possível verificar se a influência estimada de cada variável independente possui, ou não, significância estatística e se o seu impacto no empreendedorismo feminino é positivo ou negativo. O teste Hausman indica que o modelo de efeitos fixos é o mais adequado para os países localizados em África e, conjuntamente, na Ásia e Oceânia. Este resultado indica que a taxa empreendedora feminina apresenta diferenças entre os países em análise, que compõem cada continente, que se mantiveram constantes ao longo

do tempo. Apenas quando se tratam dos países localizados na América e Europa os resultados obtidos pelo modelo de efeitos aleatórios foram considerados mais relevantes.

Tabela 3: Impacto das diferentes variáveis explicativas no empreendedorismo feminino em economias localizadas em diferentes continentes

Variáveis independentes	África	América	Europa	Ásia e Oceania
	Mulheres	Mulheres	Mulheres	Mulheres
Crescimento	-	-	-	-
Produto Internacional	(+)	-	-	-
Capacidades	(-)	-	-	-
Conjuntura	(-)	(+)	-	-
Medo	(-)	-	-	(-)
Intencao	(+)	-	(+)	-
Empreendedores	(-)	-	-	(+)
Carreira	(+)	-	-	(-)
Status	(-)	(-)	-	-
Mídia	(+)	(+)	-	-
Financiamento	(+)	-	-	-
Governo	-	-	-	-
Burocracia	(+)	-	-	-
Programas	(-)	-	-	-
Escola	(+)	-	(-)	-
Formacao	(-)	-	-	-
I&D	(-)	-	-	(-)
Apoio	-	(-)	(-)	-
Dinamismo	(-)	-	(-)	(-)
Abertura	(-)	-	(+)	(-)
Infraestrutura	(+)	(+)	-	-
Cultura	(+)	-	-	-
GDPpc	-	-	-	-
Desemprego	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o apresentado na Tabela 3 verifica-se que, de entre as variáveis relacionadas com as aspirações, a variável que mede a expectativa de crescimento da empresa é um fator que não significativo para as mulheres em todos os continentes. Já a variável que mede o grau de inovação do produto apresenta um impacto positivo para o envolvimento de mulheres em atividades empreendedoras no continente africano enquanto a perspectiva de internacionalização da empresa apresenta o efeito contrário para o mesmo continente. Em mais nenhum continente se verificam efeitos estatisticamente significativos. Logo, Africa apresenta um ambiente para os empreendedores em potencial diferente do apresentado nas demais continentes. Infere-se que, de facto, os fatores que influenciam o empreendedorismo podem variar de acordo com análises realizadas sob diferentes perspectivas geográficas. Por outro lado, é possível perceber a existência de uma diferença de impacto o que esta alinhado com a literatura. Esta ressalta a importância de considerar os detalhes da sociedade no qual os potenciais empreendedores estão inseridos, já que as realidades enfrentadas pelas mulheres são diferentes de acordo com o espaço social em que se encontram (Moreno, 2016).

Ao analisar os resultados estimados para as variáveis que medem as atitudes e percepções dos potenciais empreendedores, observa-se que a percepção das suas próprias capacidades apresenta significância estatística e uma influência positiva para mulheres, só em países localizados em África. Este resultado entra em confronto com o que defende a literatura, que afirma que a percepção de possuir habilidades suficientes parece ter efeito positivo independentemente da cultura, do nível geral de atividade empresarial ou das configurações institucionais da economia (Minniti & Nardone, 2007).

A variável relacionada a conjuntura apresenta influências opostas quando comparados os resultados obtidos para os continentes Africano e Americano. Enquanto na África a conjuntura impacta negativamente no empreendedorismo, na América a variável impacta de forma positiva. Com isso, parece confirmar-se que em países – neste caso em continentes - que apresentam quadros mais desafiantes para a criação de atividades empreendedoras, o reconhecimento de oportunidades é influenciado por variáveis inexistentes em economias mais desenvolvidas (Serviere, 2010).

Quanto ao medo do fracasso ao empreender, os resultados mostram que a variável apresenta uma influência negativa para o envolvimento das mulheres em atividades empreendedoras na África, Ásia e Oceânia. Logo, assim como visto nos resultados obtidos para o empreendedorismo por gênero, na literatura, o medo de fracassar é algo que inibe mais as mulheres que os homens quando se trata de empreender. Já a intenção de iniciar um novo negócio apresenta-se como fator com impacto positivo para o empreendedorismo feminino em economias localizadas apenas na África e Europa. Para a variável relacionada com o conhecimento de outros empreendedores, estima-se que apresente uma influência positiva no empreendedorismo feminino nas economias localizadas na Ásia e Oceânia. Quanto à visão do empreendedorismo como uma carreira desejável, a variável apresenta uma influência positiva na mulheres em África, enquanto impacta negativamente as mulheres em economias localizadas na Ásia e Oceânia. A percepção dos empreendedores como pessoas bem sucedidas e com um estatuto elevado estima-se ser um fator de influencia negativo para o empreendedorismo, feminino em África e apresenta um impacto, também negativo, para o empreendedorismo feminino na América. É possível relacionar, no caso das mulheres, a influência negativa observada em alguns continentes e a visão do empreendedorismo como uma carreira desejável e da percepção dos empreendedores como pessoas bem-sucedidas, com o fato de que a propensão feminina para empreender ser influenciada pelo cuidado das mulheres com a família e a sua percepção como mães e esposas (Moreno, 2016). Por outro lado, a autonomia feminina é julgada como desnecessária e improvável (Amorim & Batista, 2012). Por fim, verifica-se que a influência mediática, ou seja a apresentação e divulgação de histórias sobre novas empresas de sucesso, incentiva o empreendedorismo de mulheres em economias localizadas na África e influencia, também de forma positiva, o empreendedorismo feminino na América.

Ao analisar o ambiente de negócios que envolve a atividade empreendedora verifica-se que o financiamento impacta positivamente no envolvimento de mulheres em atividades empreendedoras em África o que confirma que a interação entre capital humano e financeiro a nível individual impacta no envolvimento em atividades empreendedoras (Lim, Oh, & Clercq, 2016). Para o apoio ao empreendedorismo fornecido por meio de políticas públicas não se nota qualquer significância estatística no resultado obtido para o empreendedorismo feminino. Já o fator relacionado a redução da burocracia influencia de forma positiva o empreendedorismo feminino em África. Ora, de acordo com a literatura, o principal fator de influência no aumento da taxa de atividade empreendedora numa economia relaciona-se com questões institucionais relacionados com a regulamentação (Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013). A presença e qualidade de programas que assistam diretamente as pequenas e médias empresas impacta negativamente, independentemente do gênero, no empreendedorismo em África. Nota-se, ainda, que a presença de direitos e instituições legais que promovem as PME influencia de forma negativa o empreendedorismo, feminino, na América e na Europa, e influencia. A incorporação nas escolas secundárias de uma formação para a criação e gestão de PME influencia de forma positiva o envolvimento de mulheres em atividades empreendedoras na África porém tem um impacto negativo no empreendedorismo feminino na Europa. Já a incorporação de formação relacionada com o empreendedorismo no ensino superior influencia negativamente as mulheres em África. Quanto ao grau de investimento em I&D, estima-se uma influência negativa no empreendedorismo feminino em África, Ásia e Oceânia. Por outro lado, os resultados estimados para a variável que mede o grau de facilidade de acesso a recursos físicos a um preço que não discrimine as PME apresenta um impacto positivo no envolvimento das mulheres em atividades empreendedoras na África e América. Por sua vez o dinamismo anual dos mercados apresenta um impacto negativo no envolvimento de mulheres em atividades empreendedoras em África, na Europa, Ásia e Oceânia. O nível de abertura dos mercados estima-se que apresente um impacto negativo no nível de empreendedorismo feminino em economias localizadas em África, Ásia e Oceânia.

Por fim, as normas sociais e culturais impactam positivamente o empreendedorismo feminino em África. Sabe-se, pela literatura, que a cultura da colaboração no empreendedorismo está relacionada com a cultura empresarial local que pode promover a proximidade ou a distância social (Letaifa & Primard, 2016). As variáveis macroeconómicas selecionadas não apresentam significância estatística por continente.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho de investigação procurou analisar os fatores que influenciam o fenómeno do empreendedorismo, feminino em economias localizadas em diferentes continentes. Para alcançar tal objetivo realizou-se uma revisão bibliográfica sobre a temática. O estudo da literatura existente teve como objetivo contextualizar o assunto em análise e também direcionar a realização da análise empírica, de forma relevante. As variáveis foram selecionadas com o intuito de identificar os principais fatores que podem influenciar as atividades empreendedoras no mundo. Com tais variáveis foi realizada uma análise empírica utilizando dados

estatísticos para um conjunto de 9 anos (entre 2007 e 2015) recolhidos para um total de 107 países, no Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Através da análise econométrica observou-se que, de facto, as variáveis estudadas influenciam de diferentes formas o envolvimento das mulheres em atividades empreendedoras em localizadas em diferentes continentes. A relevância da análise realizada por continentes também se mostrou importante pois apresentou uma grande diversidade de resultados perante a análise do empreendedorismo feminino.

Quando está em causa o estudo da atividade empreendedora por género consoante os continentes, os resultados para a variável que mede o grau de inovação do produto são importantes. A inovação mostrou ter um impacto positivo nas mulheres em África. A conjuntura apresenta influências opostas conforme os continentes. Para as mulheres, em África, a variável impacta negativamente a atividade empreendedora enquanto na América impacta de forma positiva. No que se refere ao medo de fracassar confirma-se, mais uma vez, o que já foi referido na literatura. Quando se trata de empreender, o medo de fracassar é algo que inibe mais as mulheres que os homens. Os resultados indicaram uma influência negativa da variável no empreendedorismo feminino na África, Ásia e Oceânia. Conclui-se, ainda, que a perceção dos empreendedores como pessoas bem-sucedidas e com um estatuto elevado influencia negativamente o empreendedorismo feminino em África possuindo um impacto, também negativo, para o envolvimento das mulheres em atividades empreendedoras na América. Em simultâneo, a redução da burocracia impacta positivamente o empreendedorismo feminino em África. Em relação ao grau de investimento em I&D, verificou-se uma influência negativa no empreendedorismo feminino em Africa, Asia e Oceânia.

Sabe-se que, para equilibrar as diferenças nos níveis de desenvolvimento onde os empreendedores atuam, principalmente em mercados menos “maduros”, devem ser implementadas políticas públicas que compensem insuficiências políticas e forneçam recursos financeiros e humanos para a abertura de novos estabelecimentos (Porfírio, Carrilho e Mónico, 2016). Deve ser estimulado nas economias um empreendedorismo de qualidade, motivado pela identificação de oportunidades e que resulte em crescimento económico. Ou seja, medidas genéricas – que não levem em consideração as diferenças entre os estágios de desenvolvimento e rendimento das economias e suas características culturais e sociais - podem não obter os resultados esperados devendo, por isso, ressaltar-se a importância de conhecer com detalhes a forma como diferentes fatores influenciam a atividade empreendedora em diferentes contextos.

REFERÊNCIAS

- Alvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes Del Entorno Y Emprendimiento Femenino. Un Estudio Cuantitativo En España. *Economía Industrial*, 383, 43–52. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903896>
- Amorim, R. O., & Batista, L. E. (2012). Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da Finan*, 3(3), 1–14. Disponível em <http://faculadefinan.com.br/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>
- Arellano, M. (2003). *Panel Data Econometrics*. Oxford University Press.
- Coduras, A., Clemente, J. A., & Ruiz, J. (2016). A novel application of fuzzy-set qualitative comparative analysis to GEM data. *Journal of Business Research*, 69(4), 1265–1270. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.090>
- Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303–319. <http://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2007.00214.x>
- de Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women’s Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323–339. <http://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00176.x>
- Fossen, F. M. (2011). Gender differences in entrepreneurial choice and risk aversion – a decomposition based on a microeconomic model. *Applied Economics*, 44(14), 1795–1812. <http://doi.org/10.1080/00036846.2011.554377>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2016). *How GEM defines Entrepreneurship*. Disponível em <http://www.gemconsortium.org/wiki/1149>
- Grzybovski, D., Boscarin, R., & Migott, A. M. B. (2002). Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. *Revista de Administração Contemporânea*, 6(2), 185–207. <http://doi.org/10.1590/S1415-6552002000200011>
- Halim, N. A. A., & Razak, N. A. (2014). Communication Strategies of Women Leaders in Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 118, 21–28. <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.003>
- Kargwell, S. (2012). A comparative study on gender and entrepreneurship development: still a male’s world within UAE cultural context. *International Journal of Business and Social Science*, 3(6), 44–55. Disponível em <http://search.proquest.com/openview/55cf524c7516be68dbd6393aeb518177/1?pq-origsite=gscholar>
- Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2015). *GEM 2015/16 global report*. *Global Entrepreneurship Monitor*, 1–78. Disponível em <http://www.gemconsortium.org/report>

- Letaifa, S. B., & Primard, K. G. (2016). How does institutional context shape entrepreneurship conceptualizations? *Journal of Business Research*, 69(11), 5128–5134. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.092>
- Lim, D. S. K., Oh, C. H., & Clercq, D. D. (2016). Engagement in entrepreneurship in emerging economies: Interactive effects of individual-level factors and institutional conditions. *International Business Review*, 25(4), 933–945. <http://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.12.001>
- Minniti, M., & Arenius, P. (2003). Women in entrepreneurship. *The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium*, 29, 1–28. Disponível em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.7819&rep=rep1&type=pdf>
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2), 223–238. <http://doi.org/10.1007/s11187-006-9017-y>
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). Introduction: What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries? *The European Journal of Development Research*, 22(3), 277–293. <http://doi.org/10.1057/ejdr.2010.17>
- Moreno, S. E. C. (2016). Female entrepreneurship in a forced displacement situation: The case of Usme in Bogota. *Suma de Negocios*, 7(15), 61–72. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.004>
- Navarro, M. J. P., & Jiménez, A. M. (2016). Moderators elements of entrepreneurship. Gender differences. *Suma de Negocios*, 7(15), 47–53. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.002>
- Pérez, C. P., & Hernández, M. A. (2016). Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements. *Suma de Negocios*, 7(15), 25–31. <http://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.004>
- Porfírio, J. A., Carrilho, T., & Mónico, L. S. (2016). Entrepreneurship in different contexts in cultural and creative industries. *Journal of Business Research*, 69(11), 5117–5123. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.090>
- Silveira, A., & Gouvêa, A. B. C. T. de. (2008). Empreendedorismo Feminino: Mulheres Gerentes de Empresas. *Revista de Administração FACES Journal*, 7(3), 124–138. Disponível em <http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/127>
- Startiene, G., & Remeikiene, R. (2008). Gender Gap in Entrepreneurship. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 60(5), 95–103. Disponível em <http://www.chemtech.ktu.lt/index.php/EE/article/view/11596>
- Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28(1), 176–193. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.002>
- Tsyganova, T., & Shirokova, G. (2010). Gender Differences in Entrepreneurship: Evidence From Gem Data. *Organizations & Markets in Emerging Economies*, 1(1), 120–141. Disponível em <http://hdl.handle.net/11701/717>
- Verheul, I., van Stel, A., & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(2), 151–183. <http://doi.org/10.1080/08985620500532053>