



**GÉNERO E EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL:
ESTUDO EMPÍRICO COM BASE NOS DADOS DO *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP
MONITOR***

Carina Micaela Gonçalves Capontes

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança, para a obtenção do Grau de Mestre em Gestão das Organizações – Ramo de Gestão de Empresas

Orientada por

Professora Doutora Alcina Maria de Almeida Rodrigues Nunes

Bragança, julho, 2012



**GÉNERO E EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL:
ESTUDO EMPÍRICO COM BASE NOS DADOS DO *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP
MONITOR***

Carina Micaela Gonçalves Capontes

Orientada por

Professora Doutora Alcina Maria de Almeida Rodrigues Nunes

Bragança, julho, 2012

RESUMO

O empreendedorismo é um fenómeno internacional, com interesse científico inquestionável, muitas vezes definido como uma tentativa de criar, inovar, gerar emprego e conseqüentemente, de gerar crescimento económico. Em termos individuais surge, também, como uma nova perspetiva de carreira tanto para homens como para mulheres. No entanto, empreendedorismo feminino que se acredita ficar aquém do empreendedorismo masculino só recentemente se tem tornado objeto de estudo pelos académicos. Em Portugal, a investigação desta temática é relativamente escassa. Assim, este trabalho de investigação teve como objetivo descrever e quantificar o fenómeno do empreendedorismo, por género, em Portugal nos últimos anos. Para atingir tal objetivo realiza-se uma análise empírica da problemática com base nos dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), para Portugal, para 2001, 2004 e 2007. Os dados utilizados são dados secundários que se encontram disponíveis publicamente e aos quais se aplicam técnicas de análise descritiva e inferencial onde se destaca a estimação de modelos de regressão logística. Após se identificarem, através da análise descritiva, os fatores que serão mais importantes na quantificação da importância do género na atividade empreendedora nacional foi quantificada a probabilidade de influência do género em tal atividade. Verificou-se que a atividade empreendedora em Portugal, é distinta consoante o género. Por exemplo, verifica-se que os homens empreendem para aproveitar oportunidades enquanto as mulheres são guiadas pela necessidade. Em termos gerais, conclui-se que na economia portuguesa, na mesma linha de investigação realizada noutras economias, os homens empreendem muito mais que as mulheres tendo-se quantificado que a probabilidade de um homem se envolver em atividade em empreendedora é 2 vezes superior à das mulheres, no último ano em análise. Este valor já havia sido 3 vezes superior mostrando que as mulheres têm vindo a mostrar um interesse crescente pela atividade empreendedora.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Género, Mulher, GEM, Portugal

ABSTRACT

Entrepreneurship is an international phenomenon with an unquestionable scientific interest and is often defined as an attempt to create, innovate and generate employment, and, therefore, capable of generating economic growth. Also, in individual terms, it arises as a new perspective of career for both men and women alike. Nevertheless, female entrepreneurship, which is believed to be inferior to male entrepreneurship, only recently became a case study for scholars. In Portugal, research on this topic is relatively scarce. Thus, the purpose of this research work is to describe and quantify the entrepreneurial phenomenon by gender in Portugal in recent years. In order to achieve this goal we develop an empirical analysis of this matter based on the data provided by the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), for Portugal, for 2001, 2004 and 2007. The data used is secondary data publicly available, to which we apply analysis techniques and inference, where the estimation of logistic regression models stands out. Following the identification, using descriptive analysis, of the most important factors to quantify the importance of gender to the national entrepreneurial activity, we quantified the likelihood of influence of gender in this activity. It was found that entrepreneurial activity differs in gender in Portugal. For instance, it can be seen that men start up a business to seize opportunities, while women are motivated by necessity. Overall, one may conclude that, in the Portuguese economy, along the same lines of research conducted in other economies, men start ventures more frequently than women, and, taking into account the last year analysed, men are twice more likely to start a new business than women. This figure had previously been three times superior, which shows that women are demonstrating an increasing interest in entrepreneurship.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Gender, Woman, GEM, Portugal

RESUMEN

El espíritu empresarial es un fenómeno internacional, con incuestionable interés científico, muchas veces definido como un intento de crear, innovar, producir empleo y, consecuentemente, producir crecimiento económico. Él surge, también, como una nueva perspectiva de carrera para hombres y mujeres. Sin embargo, el espíritu emprendedor femenino, que se creía no tan bueno como el masculino, solo recientemente se ha convertido en objeto de estudio por los académicos. En Portugal, la pesquisa sobre esta temática es relativamente escasa. Por eso, este trabajo tiene como objeto describir y cuantificar el fenómeno del espíritu empresarial, por género, en Portugal, a lo largo de los últimos años. Para alcanzar este objetivo se realizó una pesquisa empírica de la problemática basada en los datos del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) para Portugal, para 2001, 2004 y 2007. Los datos utilizados son datos secundarios que están disponibles públicamente y a los que se aplican técnicas de análisis e inferencia donde se destaca la estimación de modelos de regresión logística. Después de identificados los factores que serán más importantes en la cuantificación de la importancia del género en la actividad empresarial nacional, mediante análisis descriptiva, fue cuantificada la probabilidad del género influir en la actividad. Se verificó que la actividad empresarial en Portugal es distinta según el género. Por ejemplo, se constata que los hombres emprenden para aprovechar oportunidades mientras que las mujeres son guiadas por la necesidad. En términos generales, se concluye que en la economía portuguesa, en la misma línea de pesquisa de otras economías, los hombres emprenden más que las mujeres, habiéndose cuantificado que la probabilidad de un hombre se envolver en actividades empresariales es 2 veces superior que la de las mujeres, el último año de esta pesquisa. Este valor ya había sido 3 veces superiores demostrando creciente interés femenino por la actividad empresarial.

PALABRAS-CLAVE: Espíritu empresarial, Género, Mujer, GEM, Portugal

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos aqueles que, de alguma forma, estiveram ao meu lado e me ajudaram a ultrapassar todos os obstáculos.

O meu primeiro agradecimento vai para a orientadora deste trabalho Professora Doutora Alcina Nunes pela total disponibilidade de tempo demonstrada, pelas sugestões, pelos comentários, pelo conhecimento transmitido, apoio e rigor que sempre demonstrou ao longo deste percurso, fornecendo uma orientação sem a qual a realização deste trabalho seria impossível.

À minha família, em especial a minha mãe Maria Martinha Gonçalves e ao meu pai João Capontes pois foram eles que me possibilitaram chegar até esta etapa da minha vida. À minha irmã Cátia Capontes, ao meu irmão Dinarte Capontes e aos meus avós paternos e maternos pelo facto de sempre acreditarem em mim e nos meus projetos, incentivando-me a seguir em frente, de me apoiarem e de contribuírem para o que sou hoje.

Aos amigos e colegas que fizeram parte do meu percurso académico.

A todos o meu muito obrigado.

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I: EMPREENDEDORISMO EMPREENDEDORES E GÉNERO.....	5
1.1. DEFINIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR.....	6
1.1.1. Empreendedorismo.....	6
1.1.2. Empreendedor.....	8
1.2. A PERSPETIVA QUANTITATIVA DO FENÓMENO DO EMPREENDEDORISMO.....	10
1.2.1. Recolha de informação estatística sobre empreendedorismo.....	10
1.2.2. A Visão do Empreendedorismo pelo Mundo.....	11
1.2.3. O Empreendedorismo em Portugal.....	14
1.3. EMPREENDEDORISMO E GÉNERO.....	18
1.3.1. Género e os aspetos psicológicos e sociais da atividade empreendedora.....	20
1.3.2. Empreendedorismo Feminino.....	22
1.3.3. Atividade empreendedora e as diferenças de desempenho.....	24
CAPÍTULO II: ANÁLISE EMPÍRICA DA EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO, POR GÉNERO, EM PORTUGAL.....	27
2.1. METODOLOGIA ADOTADA NO ESTUDO EMPÍRICO.....	28
2.1.1. Base de Dados: <i>Global Entrepreneurship Monitor</i>	28
2.1.2. Análise descritiva e inferencial.....	29
2.1.2.1. Metodologia de regressão logística.....	30
2.2. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA NO QUE RESPEITA À ATIVIDADE EMPREENDEDORA, POR GÉNERO.....	32
2.2.1. Atitudes e perceções relativamente ao empreendedorismo, por género.....	33
2.2.2. A taxa de atividade empreendedora <i>early-stage</i> , por género.....	50
2.3. QUANTIFICAÇÃO DO IMPACTO DO GÉNERO NA PROBABILIDADE DE PARTICIPAR NA ATIVIDADE EMPREENDEDORA PORTUGUESA.....	61
CONCLUSÕES.....	74
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da amostra por classes etárias, por ano e género</i>	32
Tabela 2:	<i>Distribuição absoluta e relativa, dos indivíduos que indicaram estar a iniciar um negócio, sozinhos ou com outros, por ano e género.....</i>	33
Tabela 3:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, dos motivos que estão na origem da criação de um negócio, por ano e género.....</i>	34
Tabela 4:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, dos principais motivos para os inquiridos levam por diante a oportunidade de criar um negócio, por género.....</i>	35
Tabela 5:	<i>Resultado do Teste estatístico Mann-Whitney para análise da existência de diferenças entre género relativamente ao motivo para aproveitar uma oportunidade de negócio em 2007.....</i>	35
Tabela 6:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, dos indivíduos que se encontram em processo de início de negócio para a entidade empregadora como parte do seu trabalho normal, por ano e género.....</i>	36
Tabela 7:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos que investem em negócios de outros considerando o grau de parentesco por ano e género.....</i>	37
Tabela 8:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos que gerem um negócio sozinhos, ou juntamente com outros, e através do qual vendem bens ou serviços, por ano e género.....</i>	38
Tabela 9:	<i>Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise da existência de diferenças entre género no que respeita à posse ou gerência de um negócio que vende produtos/serviços, nos três anos em análise.....</i>	38
Tabela 10:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, das respostas dos inquiridos envolvidos num negócio e que fazem parte da sociedade, por ano e género.....</i>	39
Tabela 11:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção do conhecimento, capacidade e experiência para iniciar um negócio, por ano e género.....</i>	40
Tabela 12:	<i>Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise da existência de diferenças entre género, no que respeita à distribuição do conhecimento, capacidade e a experiência para iniciar um negócio, nos três anos em análise..</i>	41
Tabela 13:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos relativamente ao facto do medo do fracasso impedir a criação de um negócio, por ano e género.</i>	41

ÍNDICE DE TABELAS (cont.)

Tabela 14:	<i>Resultados do teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças por género no que respeita ao sentimento de medo como fator de entrave à atividade empreendedora, nos anos em análise.....</i>	42
Tabela 15:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos sobre se iniciar um negócio é uma escolha desejável de carreira, por ano e género.....</i>	43
Tabela 16:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos sobre se o sucesso na criação de um novo negócio lhes traz estatuto e nível de respeito, por ano e género.....</i>	44
Tabela 17:	<i>Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney, para análise da perceção por género no que respeita à forma como a sociedade valoriza a criação de negócios e confere estatuto aos empreendedores, nos anos em análise.....</i>	45
Tabela 18:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos relativa ao destaque dado a negócios de sucesso nos meios de comunicação social, por ano e género.....</i>	46
Tabela 19:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, de empreendedores que criam um novo negócio e pagaram salários e outros pagamentos, incluindo ao próprio empreendedor, por mais de três meses, por ano e género.....</i>	47
Tabela 20:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos empreendedores sobre se os potenciais clientes do negócio consideram o produto/serviço novo e não familiar, por ano e género.....</i>	48
Tabela 21:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos sobre se outro negócio oferece os mesmos produtos ou serviços aos potenciais clientes, por ano e género.....</i>	49
Tabela 22:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos sobre se estão disponíveis as tecnologias ou os procedimentos necessários para a produção, por ano e género.....</i>	49
Tabela 23:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos sobre a percentagem de clientes que habita normalmente no estrangeiro, por ano e género.....</i>	50
Tabela 24:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da taxa de atividade empreendedora (TEA) early-stage, por ano e género.....</i>	51
Tabela 25:	<i>Resultados do teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças, por género, no que respeita à taxa de atividade empreendedora early-stage, nos anos em análise.....</i>	52

ÍNDICE DE TABELAS (cont.)

Tabela 26:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da taxa de atividade empreendedora early-stage por oportunidade, por ano e género.....</i>	52
Tabela 27:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, da taxa de atividade empreendedora early-stage por necessidade, por ano e género.....</i>	53
Tabela 28:	<i>Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças, por género, no que respeita à taxa de atividade empreendedora early-stage por oportunidade, nos anos em análise.....</i>	54
Tabela 29:	<i>Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças, por género, no que respeita à taxa de atividade empreendedora early-stage por necessidade, nos anos em análise.....</i>	54
Tabela 30:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos envolvidos ativamente numa start-up, por ano e género.....</i>	55
Tabela 31:	<i>Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney, para análise das diferenças por género no que respeita à participação ativa numa start-up, nos anos em análise.....</i>	56
Tabela 32:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, do numero atual de empregados gerados no contexto da TEA, por ano e género.....</i>	57
Tabela 33:	<i>Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney, para análise das diferenças por ano e género no que respeita à criação de empregos gerados no contexto da TEA, nos anos em análise.....</i>	58
Tabela 34:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, do número atual de empregos gerados por proprietários efetivos de negócios, por ano e género.....</i>	58
Tabela 35:	<i>Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos que desistiram do seu negócio próprio nos 12 meses anteriores ao questionário, por ano e género.....</i>	59
Tabela 36:	<i>Resultados do teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças por género no que respeita à venda, encerramento e desistência do negócio, nos anos em estudo.....</i>	60
Tabela 37:	<i>Lista e definição das variáveis independentes utilizadas nos modelos de regressão logística.....</i>	61
Tabela 38:	<i>Lista e definição das variáveis dependentes utilizadas nos modelos de regressão logística.....</i>	62
Tabela 39:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em TEA, por motivo e ano.....</i>	64

ÍNDICE DE TABELAS (cont.)

Tabela 40:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora com diferentes efeitos exportadores, por ano.....</i>	66
Tabela 41:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora que utilize diferentes graus de tecnologia, por ano.....</i>	67
Tabela 42:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora com efeito inovador, por ano.....</i>	68
Tabela 43:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora consoante o número de proprietários da atividade, por ano.....</i>	69
Tabela 44:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora por número de empregos criados e a criar no futuro, por ano...</i>	70
Tabela 45:	<i>Estimação da probabilidade de uma homem estar envolvido em atividade empreendedora consoante o número de empregos gerados pela atividade empreendedora, por ano.....</i>	71
Tabela 46:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora com a perspectiva de criação de empregos, por ano.....</i>	72
Tabela 47:	<i>Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido no encerramento de uma empresa nos últimos 12 meses, por ano.....</i>	73

INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo existe já há algum tempo e tem vindo a ser utilizado com diferentes significados à medida que foi evoluindo ao longo dos tempos. Richard Cantillon é considerado o autor da primeira teoria económica sobre o empreendedorismo, que nasce no século XVIII. Este definiu, então, o empreendedor como alguém que assume um determinado risco de negócio, direcionando as energias para futuros proveitos e ganhos, fruto de uma atitude visionária (Costa, 2008). No século XVII empreender significava a firme decisão de fazer qualquer coisa. No século XIX e início do século XX empreender entendia-se como o ato de criar grandes impérios económicos e hoje significa, em termos muito simples, a atividade de toda a pessoa que está na base de uma empresa ou organização (Bucha, 2009).

Apesar de não ser um conceito novo, a sua popularidade renasceu, nos últimos tempos, como se tivesse sido uma “descoberta súbita” (Sarkar, 2007). Este relançar do conceito começa a surgir após o surgimento dos trabalhos, fundamentais na literatura relacionada com o empreendedorismo, de Schumpeter (1934, 1942) e, mais tarde, de Drucker (1985). Atualmente, existem várias definições para o termo empreendedorismo. Por exemplo, Sousa e Serralvo (2008) adotam a definição de que empreendedorismo consiste no envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. De acordo com Duarte (2008), o empreendedorismo é considerado como um elemento primordial para a performance económica dos países, executando um papel dinâmico e estrutural em todas as economias do mundo. De facto, o empreendedorismo é considerado, pelas teorias de base económica, como um fator importante para desencadear processos de crescimento e desenvolvimento económico. Associa-se o empreendedor à inovação, à criatividade e à capacidade de assumir riscos (Chaves, 2009). De acordo com Trigo (2003), fatores como a criação de emprego, o crescimento económico ou a riqueza de uma sociedade estão relacionados com a importância do empreendedorismo numa sociedade.

A sociedade portuguesa não é exceção. “A promoção dum espírito empreendedor e da inovação não é mais uma opção de Portugal. É antes uma necessidade primordial” (Sarkar, 2007, p. 30). Ainda de acordo com o mesmo autor, para promover o empreendedorismo no país é necessário, não só, perceber a inovação mas, também, saber como usá-la e saber como promover internamente as boas práticas de outros países. O incremento do empreendedorismo é, assim, uma das mais importantes políticas de desenvolvimento da economia ao dispor dos governos de países com economias de mercado, como Portugal (Gaspar, 2009).

Apesar da importância crescente dada ao fenómeno do empreendedorismo, existem desigualdades no acesso à atividade empreendedora, nomeadamente aquelas que têm origem no género do empreendedor (Silveira & Gouvêa, 2008). Estes autores referem que a influência do ambiente é sentida de uma forma mais particular pelas mulheres do que pelos homens. As mulheres enfrentam desvantagens no campo do empreendedorismo em função do género, nomeadamente estereótipos de inferioridade em relação aos homens e maiores dificuldades no acesso aos recursos financeiros, o que limita o seu desempenho como empreendedoras. Por outro lado, nos últimos tempos, tem-se assistido a uma profunda mudança na sociedade que tem

permitido a inclusão da mulher no acesso à atividade empresarial e a cargos que eram impensáveis em décadas anteriores (Casero, Mogollón, Escobebo & Jiménez, 2010). O tema do empreendedorismo feminino só muito recentemente se constituiu como objeto de estudo nos meios académicos. O interesse por este tema aparece ligado, simultaneamente, a dois fatores: primeiro, ao relacionamento do potencial emancipatório do empreendedorismo para as mulheres; segundo, à constatação da persistência de obstáculos à sua entrada e manutenção nesse mundo (Nogueira, 2009).

Com este trabalho de investigação pretende-se abordar a problemática relacionada com o género e empreendedorismo na economia portuguesa, pois trata-se de um tema atual e são conhecidos muito poucos trabalhos empíricos que abordem esta temática. Refira-se, como exemplo, o trabalho de Nogueira (2009).

Para atingir este objetivo, é utilizada um programa de investigação que inclui avaliações anuais do nível de atividade empreendedora em vários países – O *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Este programa iniciou-se em 1999 com 10 países, em 2006 foi aplicado em 39 países (Sarkar, 2007) e, em 2010, inclui 59 países. É, atualmente, o principal projeto de investigação internacional que pretende descrever, analisar e comparar o processo empreendedor num amplo conjunto de países. O GEM define empreendedorismo como “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos” (GEM, 2007, p. 3) e é com base nesta definição que se alicerçará o trabalho de investigação que se propõe.

O programa de investigação GEM ainda não é muito conhecido no nosso país tendo vindo a ser utilizado apenas pelos seus promotores na economia portuguesa. Em Portugal os inquéritos GEM já foram aplicados em 4 anos - 2001, 2004, 2007 e 2010 - embora apenas os dados estatísticos microeconómicos para os 3 primeiros anos estejam disponíveis publicamente. De facto, deve acrescentar-se que não são, de todo, conhecidos trabalhos em Portugal que abordem a questão do género no empreendedorismo tendo como base os inquéritos realizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Este inquérito, que é aplicado a um conjunto muito vasto de economias internacionais, tem sido utilizado para diversos estudos relativos a este tema em vários países. São exemplos os trabalhos de García e Cañizares (2010), para Espanha, Casero et al. (2010), também para Espanha, e, mais em particular, para a província da Estremadura, Justo (2008), também para Espanha, e Elam (2008) que analisou a temática num conjunto de 28 países.

A disponibilidade de dados para três períodos de tempo permite não só a análise da questão da atividade empreendedora por género, em termos estáticos (análise para um único período de tempo) mas, também, um estudo da evolução da problemática ao longo da última década, em Portugal. Através do trabalho de investigação agora proposto é possível identificar e quantificar as principais diferenças relativas ao género, relativamente à atividade empreendedora, em Portugal. Utilizando a informação disponível para Portugal nos anos de 2001, 2004 e 2007 serão utilizadas técnicas de análise que utilizam indicadores de estatística descritiva, nomeadamente indicadores

de distribuição. Esta análise pretende descrever a base de dados, dando a conhecer o nível de atividade empreendedora por género, e os factos que a têm determinado ao longo da última década. Esta informação será depois utilizada para realizar testes não paramétricos e para incluir em modelos de estatística inferencial como a regressão logística.

O trabalho encontra-se dividido em dois capítulos.

No primeiro capítulo propõe-se clarificar o conceito de empreendedorismo e indicar diferentes definições para o conceito, através de uma revisão de literatura sobre o tema. Apresenta-se o conceito de empreendedor, discute-se o seu comportamento e identificam-se as características que formam a personalidade do empreendedor tendo em conta diferentes visões de diversos autores internacionais.

Apresenta-se, de seguida, a temática de uma perspetiva quantitativa. Aborda-se, de forma sintética, as diversas entidades, a nível mundial e nacional, que são responsáveis pela recolha de informação estatística que permite caracterizar o fenómeno do empreendedorismo pelo mundo. Como exemplo de instituições que a nível mundial compilam e fornecem informação estatística relativa ao empreendedorismo, tem-se a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), o Eurostat, o Banco Mundial e o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que fornece a base de dados utilizada no trabalho de investigação. O GEM é a entidade que fornece os dados estatísticos que estão na base desta dissertação de mestrado por ser a única base de dados que dispõe de informação microeconómica, ou seja, ao nível do indivíduo. Para Portugal, o Instituto Nacional de Estatística (INE) é a fonte principal de dados sobre o assunto sendo que outras bases podem ser referidas como importante fonte de informação sobre a temática.

Na sequência, aborda-se a atividade empreendedora em Portugal onde vários peritos referem que “o nível de empreendedorismo (...) é muito limitado pela cultura nacional, na medida em que a população portuguesa é bastante relutante ao risco” e se caracteriza “por uma falta de capacidade empreendedora que se traduz nas oportunidades de sucesso dos empreendedores” (Sociedade Portuguesa de Inovação, 2004, p. 19). O peso cultural da aversão ao risco, o medo social da falência e a recusa no desenvolvimento de carreiras pessoais independentes, prevalece. A independência e risco não são valores dominantes na cultura portuguesa, sendo porém importantes para a decisão e empenho em iniciativas empreendedoras (Silva et al., 2008).

A terceira, e última, secção do primeiro capítulo refere-se, especificamente, ao empreendedorismo e ao género do empreendedor. Em particular, refere-se às diferenças entre os géneros relativamente à atividade empreendedora. “Historicamente as formas de se empreender no mercado de trabalho, de viver as experiências ocupacionais, de desafiar o imaginário administrativo e de articular a vida no trabalho são diferentes para homens e mulheres” (Freire, Corrêa & Ribeiro, 2011, p. 20). Ainda de acordo com os mesmos autores o género é o conjunto de características sociais, culturais, políticas, psicológicas, jurídicas e económicas atribuídas às pessoas de forma distinta de acordo com o sexo. Apesar de tal constatação, nos últimos tempos, tem-se assistido a uma profunda mudança social que tem permitido a inclusão da mulher no

acesso à atividade empresarial e a cargos que eram impensáveis num passado recente (Casero et al., 2010). O empreendedorismo feminino é realçado.

Na segunda parte deste trabalho (Capítulo II) apresenta-se a análise empírica referente à descrição e quantificação da atividade empreendedora por género, em Portugal, ao longo da última década. Mais especificamente, em 2001, 2004 e 2007. Depois da apresentação da metodologia adotada neste trabalho de investigação, onde se salienta uma apresentação mais pormenorizada da base de dados e da metodologia de regressão logística, apresentam-se e discutem-se os resultados da análise descritiva e inferencial. Na descrição da base de dados dá-se particular importância à distribuição da atividade empreendedora, por género. Foram selecionadas algumas das variáveis contidas na base de dados GEM consideradas importantes para descrever o fenómeno em Portugal e ao longo do tempo.

A adoção de uma análise estatística inferencial permite tirar ilações para a população portuguesa com base na amostra representativa selecionada pelo projeto GEM. No entanto, o seu interesse especial reside no facto de permitir estimar relações causais entre o género dos indivíduos e a atividade empreendedora. A aplicação da metodologia de regressão logística no estudo do empreendedorismo, é também aplicada em vários estudos de investigação dos quais se citam Casero et al. (2010) e García e Cañizares (2010). Acredita-se que através deste trabalho de investigação se poderão identificar e quantificar as principais diferenças relativas ao género, em termos de empreendedorismo em Portugal na primeira década do século XXI.

CAPÍTULO I:
EMPREENDEDORISMO, EMPREENDEDORES
E GÉNERO

1.1. DEFINIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

1.1.1. Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fenómeno global que resulta de mudanças profundas nas relações internacionais entre nações, empresas, modos de produção, o mercado de trabalho e a formação académica e profissional (Muniz, 2008). O conceito de empreendedorismo existe há bastante tempo e tem sido utilizado com diferentes significados, no entanto, a sua popularidade renasceu, nos últimos tempos, como se tivesse sido uma “descoberta súbita” (Sarkar, 2007).

O termo empreendedorismo advém da expressão francesa *entreprendre* utilizada para designar um indivíduo que assume o risco de criar novos empreendimentos. Desta forma pode assumir-se o termo empreender como o estudo das necessidades, conhecimentos, capacidades, e valores dos empreendedores que podem levar a ações que resultem em empreendimentos (Willerding, 2011). Richard Cantillon é considerado o autor da primeira teoria económica sobre o empreendedorismo, que nasce no século XVIII. Este definiu, então, o empreendedor como alguém que assume um determinado risco de negócio, direcionando as energias para futuros proveitos e ganhos, fruto de uma atitude visionária (Costa, 2008). Numa perspetiva económica, o conceito de empreendedor tem evoluído ao longo dos tempos. No século XVII, empreender significava a firme decisão de fazer qualquer coisa; no século XIX e início do século XX, empreender entendia-se como o ato de criar grandes impérios económicos e hoje significa a atividade de toda a pessoa que está na base de uma empresa ou organização (Bucha, 2009).

Atualmente, existem várias definições para o termo empreendedorismo. Por exemplo, Sousa e Serralvo (2008) adotam a definição de que empreendedorismo consiste no envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. De acordo com Duarte (2008), o empreendedorismo é considerado como um elemento primordial para a *performance* económica dos países, executando um papel dinâmico e estrutural em todas as economias do mundo. Já para Bucha (2009), o empreendedorismo não é só um conceito de negócio, mas um conceito de vida, dado que faz parte de um conjunto de transformações que ajudam a construir um processo de desenvolvimento que não pode ser obtido a qualquer preço, mas deverá ser sustentável. Ou seja, o empreendedorismo deve oferecer melhor qualidade de vida que é, hoje, uma das chaves do desenvolvimento de uma economia. Segundo Willerding (2011) e Júnior, Araújo, Wolf e Ribeiro (2006) o empreendedorismo é a criação de valor através do desenvolvimento de uma organização por meio de competências que marcam a capacidade de estabelecer e atingir objetivos de modo a descobrir e a controlar os recursos aplicando-os de forma positiva. Esta afirmação permite observar que o empreendedorismo procura na inovação novas oportunidades para um determinado produto ou serviço de forma que se ajustem às rápidas e contínuas mudanças do ambiente e do mercado de forma. Ainda de acordo com Willerding (2011, p. 53) pode-se abordar o empreendedorismo de duas formas: “por necessidade ou por oportunidade. No empreendedorismo por oportunidade o empreendedor investiga novos nichos de

mercados, enquanto no empreendedorismo por necessidade objetiva diferenciais competitivos para desenvolver e manter-se no mercado em que atua”.

Na maioria dos discursos o empreendedorismo está sempre ligado à criação de novas empresas (Costa, 2008) tendo como princípio implícito a criação de um novo negócio (num mercado novo ou num já existente). No entanto, a definição mais consensual encara o empreendedorismo como sendo a tentativa de criar valor através da descoberta e exploração de novas oportunidades de negócio (Leiria, Palma & Cunha, 2006). De facto, o empreendedorismo é entendido como “uma manifestação de liberdade dos indivíduos na resposta às suas necessidades, mas é simultaneamente um fator de promoção humana para além de um instrumento de criação de riqueza” (Portela, Hespanha, Nogueira, Teixeira, & Batista, 2008, p. 5).

O empreendedorismo é considerado, pelas teorias de base económica, como um fator importante para desencadear processos de crescimento e desenvolvimento económico. Associa-se o empreendedor à inovação, à criatividade e à capacidade de assumir riscos (Chaves, 2009). Com efeito, segundo Nogueira (2009), é grande a sua colagem ao conceito de empresarialidade, ao ponto de, muitas vezes, se falar indiscriminadamente de empreendedorismo e criação de novas organizações empresariais. O projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) define empreendedorismo como “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos” (GEM, 2007, p. 3).

Numa aceção mais ampla deve ser interpretado como um fenómeno genérico, atributo dos indivíduos, e que se traduz na capacidade de decisão, de inovação e de levar adiante determinadas ações e projetos. Nos dias de hoje o termo empreendedorismo está presente nas mais variadas atividades humanas: empreendedorismo na política, empreendedorismo social, empreendedorismo na educação, entre outros.

Schumpeter (1934, 1942), em duas das suas obras fundamentais, expandiu o conceito de empreendedorismo com a introdução da noção de “destruição criativa”. O autor demonstrou que o empreendedor, ao incorporar inovações e novas tecnologias, contribuiu para a substituição de produtos e processos ultrapassados. Assim, o empreendedor assume não apenas papel central no avanço e desenvolvimento da economia e da sociedade como protagoniza, também, um papel fundamental na evolução da vida empresarial. Para Schumpeter um empreendedor é um inovador que executa mudanças nos mercados através da implementação de novos pactos, que podem assumir várias formas: a introdução de novos métodos de produção, a introdução de novos materiais, a abertura de um novo mercado e o desenvolvimento de inovação organizacional. Assim, a atividade empreendedora constitui-se como um terceiro fator produtivo a par do capital e do trabalho (Hagedoorn, 1996).

Segundo Martins (2006), o conceito de oportunidade tornou-se central em muitas definições de empreendedorismo. Os empreendedores têm um perfil que permite ver mais as possibilidades do que os problemas causados pela mudança. “Falar de empreendedorismo não basta limitá-lo a

uma perspetiva economicista, nomeadamente pela capacidade de ganhar dinheiro ou tornar-se rico. Significa muito mais do que isso. Significa a atitude psicológica materializada pelo desejo de iniciar, desenvolver e concretizar um projeto” (Martins, 2006, p. 9). Pode-se definir o empreendedorismo como a capacidade de empreender, ou seja, tomar iniciativa, buscar soluções inovadoras e agir no sentido de encontrar a solução para problemas económicos ou sociais, estimulando o desenvolvimento como um todo (Sousa & Serralvo, 2008). Note-se, no entanto, que, como Drucker (1985) afirma, o empreendedorismo não é uma característica individual de uma pessoa que indica um novo negócio mas é, também, uma características de grandes empresas, já existentes, que podem fomentar o empreendedorismo como forma de induzir inovação tecnológica aos seus produtos e/ou serviços.

Em suma, e apesar das mais variadas definições apresentadas, o conceito de empreendedorismo pode ser compreendido como uma propensão para inovar, desenvolver a capacidade para aceitar a mudança, assumir responsabilidades pelas próprias ações, formular objetivos e tentar concretizá-los juntamente com a vontade e motivação para o sucesso (Chaves, 2009).

1.1.2. Empreendedor

Ao falarmos de empreendedorismo, não podemos deixar de apresentar o conceito de empreendedor. Aliás, os dois conceitos estão bastante relacionados sendo, muitas vezes, difíceis de definir e distinguir (Henrekson, 2005) o que tem originado alguma literatura académica dedicada ao tema (Kobia e Sikalieh (2010), Peneder (2009) ou Hébert e Link (1989), são exemplos de autores que fazem uma revisão da literatura sobre este tema).

Na atual situação social e económica torna-se imperativo estudar o comportamento do empreendedor que surgiu, dentro deste cenário, como fomentador de novos negócios e de emprego. A importância de se identificar quais são as características que formam a personalidade do empreendedor ganha importância académica e empírica passando a figurar como um dos diferenciais para implantação de políticas socioeconómicas (Roma, 2006). “Há uma longa tradição de investigação em torno da identificação dos traços essenciais de personalidade ou características pessoais relativamente estáveis dos empreendedores (*entrepreneurial traits*), com vista a compreender e explicar o próprio empreendedorismo. Há autores que entendem que os empreendedores são pessoas (sobre) dotadas, em cujo perfil se destacam, por exemplo: dotes de imaginação, autoconfiança e otimismo, traços de iniciativa, flexibilidade e tolerância ao erro, linhas de intuição e visão para negócios futuros e rasgos de originalidade” (Batista, Teixeira, & Portela, 2008, p. 5).

O empreendedor é aquele indivíduo que atua independentemente, ou como parte integrante de uma organização, que cria um novo empreendimento ou uma inovação e assume o risco de introduzi-la no mercado (Leite & Oliveira, 2007). Ainda segundo os mesmos autores é alguém que não está satisfeito com o estado das coisas e deseja construir o novo. É alguém com atitude, dinâmica e visão que está continuamente à procura de inovar. De acordo com Leite e Oliveira

(2007) é errado utilizar o termo empreendedor como sinónimo de empresário, empresário é aquele que gere uma empresa, o que não implica que seja empreendedor.

O empreendedor é particularmente apaixonado por riscos, mas por riscos calculados - “é aquele que deteta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela assumindo riscos calculados” (Camargo, 2005, p. 44). O empreendedor avalia os riscos e mede-os constantemente, procurando situações e projetos que representem desafios maiores. A disposição para abandonar carreiras estáveis por conta de outrem, hipoteticamente mais seguras, para partir atrás dos seus objetivos e sonhos é uma das suas características. Desta forma, o empreendedor é rápido em alterar estratégias e caminhos para ultrapassar os seus obstáculos e, sempre que necessário, assume responsabilidade pessoal pelo alcance, ou não, dos objetivos inicialmente propostos (Roma, 2006).

De facto, Freire et al., (2011) citam a definição de Schumpeter (1932, 1942) para quem o empreendedor é sinónimo de inovação. Esta capacidade inovadora, somada à promoção de mudanças, serve para promover o desenvolvimento e o crescimento. Drucker (1985), retoma a ideia de que o empreendedor é aquele que cria algo novo. É aquele que muda ou transforma valores e, ainda, pratica constantemente a inovação criando oportunidades e investigando fontes de inovação. Drucker acrescenta que o empreendedorismo, para além de exigir atenção especial às oportunidades, exige conhecimento do negócio, produtos, mercados, clientes e tecnologias. Procura-se fazer melhor e de forma diferente enquanto se procura, simultaneamente, obter *feedback* constante dos resultados face às expectativas, para manter um controlo do sucesso ou fracasso das iniciativas (Drucker, 1986). Já Kirzner (1973) havia defendido que os empreendedores estão alerta para as oportunidades de negócio lucrativas e utilizam a informação de que dispõem para formar juízos sobre a utilização mais eficiente dos recursos que têm à sua disposição. Bygrave (2004, p. 10) “ênfatiza esta ideia realçando que o empreendedor no seu negócio a partir de uma oportunidade recorrendo a atividades e ações associadas à perceção da oportunidade”. Segundo Muniz (2008), o empreendedor é um inovador com iniciativa que busca, constantemente, oportunidades para poder realizar negócios. O empreendedor necessita de ser criativo, não somente quando abre uma empresa, mas durante toda a sua existência.

Em suma o empreendedor é aquele que sabe identificar uma oportunidade e faz dela um negócio, assumindo riscos calculados, dedicando-se intensamente - pois trabalha com prazer - gerando oportunidades e colaborando para o desenvolvimento social (Sousa & Serralvo, 2008).

1.2. A PERSPETIVA QUANTITATIVA DO FENÓMENO DO EMPREENDEDORISMO

1.2.1. Recolha de informação estatística sobre empreendedorismo

Existem diversas entidades, a nível mundial e nacional, que são responsáveis pela recolha de informação estatística que caracterize o fenómeno do empreendedorismo pelo mundo. Em termos internacionais, instituições como a organização para a cooperação e desenvolvimento económico (OCDE), o *Eurostat*, o Banco Mundial e o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), são exemplos de instituições que compilam e fornecem informação estatística sobre o fenómeno do empreendedorismo. Para Portugal, o Instituto Nacional de Estatística (INE) é a fonte principal de dados sobre o assunto (Sarmiento & Nunes, 2010). Embora dados como os Quadros de Pessoal possam também ser uma importante fonte de informação (Sarmiento & Nunes, 2011, 2010). Todas estas fontes de informação são importantes porque permitem transpor para uma componente quantitativa, e desta forma estudar de forma empírica, conceitos que têm vindo a ser discutidos de uma perspetiva teórica.

A nível mundial “o Banco Mundial realiza o inquérito designado *World Bank Entrepreneurship Survey* que surgiu da combinação de esforços empreendidos pelo Departamento de Investigação do Banco Mundial (BM), pelo *Institute Finance Corporation* (IFC) e pela Fundação *Kauffman* e resultou uma extensa base de dados em painel sobre a criação de empresas, considerada a mais exhaustiva compilada até hoje. Esta base de dados apresenta um potencial de caracterização e de comparação da atividade empresarial entre mais de 100 países industrializados e em desenvolvimento, ao longo do período compreendido entre 2000 e 2007” (Sarmiento & Nunes, 2011, p. 3).

Anteriormente, outras duas entidades internacionais haviam iniciado um processo de colher informação, a nível mundial importante, sobre o fenómeno do empreendedorismo. O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) “surge em 1999 como iniciativa conjunta do *Babson College* (Estados Unidos da América) e da *London Business School* (Reino Unido) (...) tendo como objetivo analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico em vários países e, simultaneamente, determinar as condições que fomentam e travam as dinâmicas empreendedoras em cada país” (GEM, 2007, p. 3). Iniciado, em 1999, com 10 países, o projeto foi-se expandindo contando, em 2004, com a colaboração de 34 países, em 2007 com 42 países e em 2010, a mais recente edição do estudo GEM, conta com a participação de 59 países onde Portugal integra o grupo de países participantes, que inclui, também, pela primeira vez, a Região Autónoma dos Açores, no âmbito dos estudos regionais de empreendedorismo (GEM, 2010). “Trata-se do maior estudo de empreendedorismo a nível mundial” (GEM, 2007, p. 3). O GEM é a entidade que fornece os dados estatísticos que estão na base desta dissertação de mestrado por ser a base de dados que dispõe de informação microeconómica, ou seja, ao nível do indivíduo e assim permite o estudo sobre o género e empreendedorismo para todos os países

participantes, incluindo Portugal. São exemplos de estudos sobre a temática que utilizam a base de dados GEM, os seguintes (Casero et al., 2010; García & Cañizares, 2010)

Mais recentemente, a OCDE e o *Eurostat* lançaram uma iniciativa conjunta para criar um conjunto de indicadores de empreendedorismo comparáveis entre os vários países europeus e os restantes que compõem a OCDE. Esta iniciativa, materializada na metodologia preconizada no *Manual on Business Demography Statistics* (OECD & Eurostat, 2007), permitiu calcular diversos indicadores de empreendedorismo disponíveis nas bases de dados estatísticos das duas organizações (Sarmiento & Nunes, 2010, 2011).

Em Portugal como fonte importante de informação estatística relativamente ao fenómeno do empreendedorismo surge o INE que “é a entidade mais importante, produzindo e publicando informação oficial dentro do sistema estatístico nacional”. (Sarmiento & Nunes, 2010, p. 39). “A missão é tanto mais exigente quanto sujeita a permanente evolução. As operações estatísticas do INE são realizadas de acordo com padrões internacionalmente estabelecidos de forma a garantir a sua qualidade, sendo os seus resultados disponibilizados em simultâneo a toda a sociedade” (Instituto Nacional de Estatística, 2011). Outras fontes de informação microeconómica sobre a atividade empresarial, existem, mas não estão, no entanto, disponíveis, dada a necessidade de preservar alguma informação confidencial.

1.2.2. A Visão do empreendedorismo pelo mundo

O empreendedorismo surgiu como uma consequência do dinamismo das mudanças tecnológicas, designadamente: avanços tecnológicos e abertura global do mercado económico e social. As organizações, para além da preocupação com as atividades burocráticas e operacionais, passaram a dar mais atenção a fatores como: inovação, criatividade e conhecimentos tácitos e explícitos, fazendo com que os empresários, em virtude da competitividade económica, passassem a adotar novos paradigmas (Willerding, 2011). Das empresas o empreendedorismo expandiu-se para um universo mais vasto. Sendo ainda visto, pela maioria das pessoas, como apenas um conjunto de indivíduos que abrem novos negócios ou empresas próprias o empreendedorismo não é somente isso. Cada pessoa pode ser empreendedora como proprietário(a) de novas empresas, como funcionário(a) de grandes empresas, de órgãos públicos, como professor(a), como chefe de família ou como estudante (Hartman, 2006).

Atualmente o empreendedorismo atinge, também, diferentes dimensões territoriais. A natureza da atividade empreendedora diversifica-se entre regiões, que têm diferenças ao nível demográfico, de saúde, de educação, de ocupação, de infraestruturas e de outros fatores. Assim, empreendedorismo é fortemente afetado pelos contextos locais, económicos e institucionais (Martins, 2006).

O empreendedorismo e a sua relação com vários outros temas, como o crescimento e desenvolvimento dos países (Carree & Thurik, 2010; Audretsch, Keilbach & Lehmann, 2006; Acs, 2006; Van Stel, Carree & Thurik, 2005; Wong, Ho & Autio, 2005, para citar alguns exemplos) ou a

melhoria da competitividade (por exemplo, Acs & Amorós, 2008; Ireland & Webb, 2007 e Kirzer, 1973) têm um campo de investigação caracterizado pela sua interdisciplinaridade e complexidade, mas também pela extensão das suas possibilidades de desenvolvimento científico (Fontenele, 2010). Variantes, ainda embrionárias do tema, reúnem a atenção de muitos investigadores. “Estão em voga, muito particularmente, temas como o empreendedorismo social, empreendedorismo nas minorias étnicas, empreendedorismo emigrante, empreendedorismo feminino¹” (Nogueira, 2009, p. 12) e empreendedorismo no seio universitário (Santos & Teixeira, 2009). Em simultâneo, o tema do empreendedorismo renasce no cenário de procura de alternativas de empregabilidade procurando adaptar-se à nova realidade do mercado de trabalho (Roma, 2006). Em Portugal, por exemplo, pode mencionar-se o artigo de Batista, Escária e Madruga (2008), que tenta analisar a interdependência entre empreendedorismo, desenvolvimento regional e criação de emprego, ou o trabalho de Batista e Thurik (2007) que analisa a relação entre o fenómeno do empreendedorismo e uma outra variável do mercado de trabalho, o desemprego.

Ahl (2006) e Minniti e Nardone, (2007) oferece-nos uma visão mais global do fenómeno do empreendedorismo. Refere que o subsistema empreendedor, enquanto parte do sistema social e económico de uma sociedade, desempenha duas funções: a de arbitragem entre subsistemas, designadamente entre o financiamento, a inovação e os fornecedores de fatores produtivos, e a de integrador do subsistema económico.

De facto, o aumento significativo que se tem verificado na investigação académica sobre empreendedorismo acaba por ser um reconhecimento da importância que o fenómeno assume no desenvolvimento das economias, facto este já sublinhado por Schumpeter há mais de cinquenta anos, como referem Raposo e Silva (2000). Os mesmos autores afirmam que essa importância é reconhecida não só pelos investigadores como também pelo poder político. Vários governos têm destacado a importância estratégica do empreendedorismo para o desenvolvimento económico e social dos seus países. Mesmo em termos locais, o empreendedorismo começa a cimentar-se como um pilar importante de desenvolvimento (Silva & Teixeira, 2011).

Muitos políticos e economistas têm agora a intuição de que o empreendedorismo influencia positivamente o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) e a geração de emprego. Numa perspetiva muito simplificada, o processo desenrola-se da seguinte forma: os empreendedores criam novos negócios que, por sua vez, geram empregos, intensificam a competitividade e podem mesmo fazer aumentar a produtividade através do progresso tecnológico. Elevados níveis de empreendedorismo podem traduzir-se, assim, em elevados níveis de crescimento económico (Acs, 2006). O incentivo ao empreendedorismo é um assunto central para as economias de mercado – Tanto as desenvolvidas como as vias de desenvolvimento.

Para auxiliar a compreender os aspetos quantitativos do fenómeno diversas entidades estudam comparativamente a situação dos países ao nível do empreendedorismo – é o caso do projeto GEM, apresentado na secção anterior. O projeto GEM tem como objetivo analisar a relação entre

¹ O empreendedorismo feminino está na base do estudo que agora se apresenta e será apresentado, com mais pormenor, em secções seguintes.

o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico em vários países e, simultaneamente, determinar as condições que fomentam e entram as dinâmicas empreendedoras em cada país (GEM, 2007).

Estima-se que, por todo o mundo, 8,5% de adultos estejam ligados a uma atividade empreendedora (Elam & Terjesen, 2007). Ainda de acordo com os mesmos autores, evidências provenientes do projeto GEM indicam que as taxas de empreendedorismo variam extensivamente por países e por género – estima-se que as mulheres tenham metade da tendência que têm os homens de estarem envolvidas no arranque de negócios. A taxa de participação no masculino e no feminino variam entre diferenças menos significativas de 3,79% na Croácia e 3,11% na Noruega e nos Países Baixos e diferenças muito mais insignificantes como no Brasil, em Itália, na Venezuela e na Tailândia (Elam & Terjesen, 2007). As explicações para as variações a nível de género na atividade empreendedora tendem a centrar-se em fatores estruturais como: o desemprego, a riqueza nacional de cada país, o seu crescimento económico e a liberdade económica vivida em cada economia (Elam & Terjesen, 2007).

1.2.3 O Empreendedorismo em Portugal

“Vários peritos referem que o nível de empreendedorismo em 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 em países como o Reino Unido e os Estados Unidos, onde se encara o fracasso e os erros como oportunidade de melhoria dos serviços oferecidos. Da mesma forma, a população caracteriza-se por uma falta de capacidade empreendedora que se traduz nas oportunidades de sucesso dos empreendedores” (Sociedade Portuguesa de Inovação, 2004, p. 19). De facto, Silva, Correia, Scholten e Gomes (2008, p. 71) mencionam que “Portugal não é uma nação de empreendedores, segundo o GEM 2004 apenas 4% da população adulta pode ser classificada como empreendedora, ficando Portugal na posição 28 do *ranking* de países empreendedores (de entre os 34 países participantes). Um dos agentes causadores deste bloqueio é a cultura portuguesa, fortemente influenciada pelo medo de falhar”.

O peso cultural da aversão ao risco, o medo social da falência e a recusa no desenvolvimento de carreiras pessoais independentes, prevalece. A independência e risco não são valores dominantes na cultura portuguesa, sendo porém importantes para a decisão e empenho em iniciativas empreendedoras (Silva et al., 2008). Por outro lado, as habilitações literárias da grande maioria dos empresários portugueses são baixas, situando-se ao nível do ensino preparatório e secundário (Leite & Oliveira, 2007). Muitas vezes, a motivação para empreender é mais forte que a capacidade necessária para conduzir um negócio sendo que a atitude relacionada com a autoavaliação (autoestima) faz com que muitos desistam da iniciativa mesmo antes desta ter sido efetivamente levada à prática (Silva et al., 2008). Em Portugal grande parte das empresas rapidamente cessa a sua atividade em virtude de não possuir capacidade financeira, operacional

ou competitiva, para continuar no mercado. Uma das fragilidades dos empreendedores nacionais parece ser a falta de conhecimento do mercado (Leite & Oliveira, 2007).

Se é um facto que as barreiras culturais impedem o desenvolvimento de uma sociedade empreendedora, o maior obstáculo para os novos empresários continua a ser o acesso ao financiamento. De acordo com Leite e Oliveira (2007), os empreendedores portugueses apontam como um dos principais entraves à iniciativa empreendedora a falta de financiamento quer para o arranque da atividade quer para o seu crescimento. O sistema de financiamento português está fundamentalmente baseado no crédito, existindo uma clara aversão ao risco. Os empresários têm dificuldade em constituir as garantias necessárias para a obtenção de empréstimos bancários ou em encontrar capital de risco (Comissão Europeia, 2003) mesmo que em Portugal tenha sido criada, em 1997, uma Rede Nacional dos Centros de Formalidades das empresas para facilitar o registo de novas empresas² e que tenha sido colocado em prática a iniciativa Empresa na Hora, que está prevista no Decreto-Lei n.º 318/2007 de 26 de setembro com o objetivo de facilitar a criação de empresas. Este decreto-lei veio eliminar várias práticas burocráticas realizadas até então sendo agora o processo de criação de uma nova empresa muito mais rápido e simples.

Como já foi referido o incremento do empreendedorismo é uma das mais importantes políticas de desenvolvimento da economia ao dispor dos governos de países com economias de mercado, como Portugal. No entanto, a sociedade portuguesa apresenta grandes diferenças em relação a outras mais desenvolvidas (Gaspar, 2009), nomeadamente na educação do empreendedorismo nas instituições de ensino superior. Em Portugal a educação em empreendedorismo é relativamente recente no currículo das instituições de educação superior (Redford, 2006). “Este despertar recente quanto à importância da educação em empreendedorismo é uma reação às necessidades dos mercados”. (Redford, 2006, p. 19). Ainda segundo Redford (2006, p. 32), “recentemente, houve um investimento considerável na promoção do empreendedorismo por parte da União Europeia e do governo português. Este investimento traduziu-se na promoção do empreendedorismo nas universidades como uma possibilidade de se ter um impacto profundo a longo prazo”. Num trabalho posterior do mesmo autor (Redford, 2008), este refere que um estudo realizado pelo Eurobárometro no ano de 2003 mostra que 67% da população portuguesa gostaria de trabalhar por conta própria. Esta vontade, por parte da população portuguesa, de serem empreendedores faz com que a promoção do empreendedorismo “seja não só um imperativo económico primordial, como também demonstra a necessidade por parte dos responsáveis políticos e das organizações de abordarem este assunto no contexto da coesão social e satisfação da população” (Redford, 2008, p. 30).

Segundo o GEM (GEM, 2007), Portugal tem uma Taxa de Atividade Empreendedora *Early-Stage*³ (conhecida através da sigla TEA) desenvolvida, em grande parte, como reflexo de iniciativas de

² Estes centros agrupam representantes de todos os serviços públicos responsáveis pelas várias formalidades exigidas para o registo de novas empresas.

³ Para efeitos de comparação com estudos de âmbito internacional mantêm-se algumas designações originais em língua inglesa, como é o caso do indicador TEA, tal como já foi referido anteriormente. Ao longo do trabalho, e pela mesma razão, outras expressões em língua inglesa podem surgir.

empreendedores de negócios nascentes (definidos como negócios que proporcionam remuneração há apenas 3 meses) em detrimento das iniciativas dos proprietários/gestores de negócios novos e em crescimento (negócios que veem proporcionando remunerações há mais de 3 meses e há menos de 42 meses). Em Portugal, um terço da TEA é realizada em regime de *part-time*, por forma a complementar a principal fonte de rendimento dos empreendedores. Esta alternativa é vista como uma hipótese de explorar uma atividade empreendedora sem descurar a atividade principal, que é geralmente a fonte de rendimento mais estável. Os portugueses continuam a eleger a estabilidade de trabalharem por conta de outrem em vez de optarem por um negócio por conta própria. O medo de falhar fala mais alto, uma vez que a cultura portuguesa ainda penaliza bastante o insucesso (Leite & Oliveira, 2007). Este fenómeno não é exclusivo da economia portuguesa, podendo ser encontrado em muitas das outras economias incluídas no projeto GEM, em 2007 (GEM, 2007).

Refira-se, ainda, que a atividade empreendedora *early-stage* tem ocorrido, maioritariamente, no setor orientado para o consumo. O setor que inclui atividades orientadas para o consumidor é ainda o setor de maior importância na atividade empreendedora *early-stage* portuguesa. Face ao exposto, Leite e Oliveira (2007, p. 5) referem que “a situação portuguesa exige um crescimento económico mais acelerado e o mais qualificado possível. São necessários mais empregos e maior sustentabilidade. Para isso, será necessário uma dinâmica de empreendedorismo e criação de empresas de base tecnológica, que permita rejuvenescer a estrutura empresarial, qualificando o crescimento da economia”. De facto, o projeto GEM (GEM, 2007) verifica que a TEA é mais baixa nos setores extrativo e da transformação, sendo mais elevada nos setores orientados ao cliente organizacional e consumidor. Como já referido, esta é uma evidência que Portugal tem um caminho a percorrer, no sentido de estimular o empreendedorismo de base tecnológica que permita a criação de empresas no setor dos produtos e serviços transacionáveis.

Apesar das dificuldades e do facto de Portugal, como afirmam Leite e Oliveira (2007), se encontrar na cauda do nível de desenvolvimento em empreendedorismo - por no nosso país ainda existirem obstáculos culturais relacionados com questões de educação e de aversão ao risco - tem existido uma melhoria progressiva nas condições para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Segundo Batista e Thurik (2007), Portugal, no início da década de 70, tinha uma grande percentagem de auto emprego no setor da agricultura. Setor com pouca produtividade e onde foram criados negócios com reduzida dimensão e com vista à subsistência dos proprietários. “Embora a estrutura económica de Portugal tenha mudado bastante desde a altura, apresentando um decréscimo significativo do peso da agricultura e um aumento do peso dos serviços, a grande percentagem de negócios continuam a ser de pequena dimensão. Assim, podemos afirmar que o que poderá ser visto como “empreendedorismo de subsistência” manteve-se muito significativo na economia portuguesa. O empreendedorismo de subsistência está associado a taxas de crescimento insignificantes das empresas e, como tal, tem pouco impacto no emprego” (Batista & Thurik, 2007, p. 84).

A taxa TEA calculada para Portugal ao longo dos anos tem sofrido varias oscilações - para o ano de 2001 a taxa TEA é de 7,1%, no ano de 2004 passa 4,0% e, por fim para o ano de 2007, a taxa TEA é de 8,8% (GEM, 2004; Sociedade Portuguesa de Inovação, 2004; GEM, 2007). O valor alusivo a taxa TEA registado em Portugal em 2007 é de apenas 0,3 pontos percentuais inferior à média dos países que compõem o inquérito em 2007 sendo que, em Portugal, quase 9 pessoas, em cada 100, estavam envolvidas em *start-ups* (negócios nascentes) ou na gestão de novos negócios - quase 5 pessoas mais do que em 2004. Para o ano de 2010 o relatório GEM apresenta para Portugal uma taxa TEA inferior a 2007 (4,5%), ou seja, em 2010 Portugal apresenta apenas 4 a 5 empreendedores *early-stage* (indivíduos envolvidos em *start-ups* ou na gestão de novos negócios), por cada 100 indivíduos em idade adulta ficando assim, em 2010, a taxa TEA abaixo da média dos países membros da União Europeia (EU) (5,2%) (GEM, 2010).

Não estando ainda disponíveis, publicamente, os dados microeconómicos recolhidos pelo Projeto GEM referentes a 2010, serão tratados e analisados, na segunda parte deste trabalho e com mais pormenor, os dados estatísticos sobre os empreendedorismo em Portugal referentes a 2001, 2004 e 2007.

1.3. EMPREENDEDORISMO E GÉNERO

“O género e o empreendedorismo são duas áreas temáticas que, dentro das ciências humanas, se podem unir numa permanente, e recíproca conjugação, para demonstrar como as relações de género se inserem no contexto empreendedor. Historicamente as formas de se empreender no mercado de trabalho, de viver as experiências ocupacionais, de desafiar o imaginário administrativo e de articular a vida no trabalho são diferentes para homens e mulheres” (Freire et al., 2011, p. 20). Ainda de acordo com os mesmos autores o género é o conjunto de características sociais, culturais, políticas, psicológicas, jurídicas e económicas atribuídas às pessoas de forma distinta de acordo com o sexo.

As transformações económicas, sociais e políticas, estão cada vez mais aceleradas, mudando o ambiente dos negócios no mundo inteiro. (Gomes, Santana, Antonialli, & Correia, 2009). O empreendedorismo é considerado um motor da inovação e de crescimento. No entanto, existem desigualdades no acesso ao empreendedorismo, nomeadamente aquelas que têm origem no género do empreendedor (Silveira & Gouvêa, 2008). Estes autores referem que a influência do ambiente é sentida de uma forma mais particular pelas mulheres do que pelos homens. As mulheres enfrentam desvantagens no campo do empreendedorismo em função do género, nomeadamente, estereótipos de inferioridade em relação aos homens e maiores dificuldades no acesso aos recursos financeiros (Marlow & Patton, 2005), o que limita o seu desempenho como empreendedoras.

De acordo com Díaz-Garcia e Jiménez-Moren (2010), as mulheres tendem a perceber o ambiente do empreendedorismo de forma menos favorável que os homens, dado que são socializadas de forma diferente e, sendo assim, irão ver as oportunidades de maneira também diferente. Ainda de acordo com os mesmos autores algumas mulheres têm uma percepção negativa em relação ao empreendedorismo que pode afetar a sua decisão de criar ou não uma empresa uma vez que são muito condicionadas pelas normas da sociedade e os papéis atribuídos às mulheres. “Por um lado, uma percepção negativa pode instalar um receio do fracasso, o que foi provado ser um fator de dissuasão importante na criação de novas empresas no caso das mulheres. Também existem evidências que as mulheres que têm uma personalidade pró-ativa são afetadas significativamente pela exposição ao estereótipo “masculino” comum sobre os empreendedores e, deste modo, há um decréscimo significativo nas intenções empreendedoras. Por outro lado, se o empreendedorismo for visto pelas mulheres como uma opção de carreira bastante relacionada com as suas próprias características e valores, as mulheres ficarão mais propensas a criar a sua própria empresa” (Díaz-Garcia & Jiménez-Moren, 2010, p. 264). De facto, “os estereótipos persistem sendo o mais comum o de que as mulheres têm menos capacidade para gerir negócios” (Portela, et al, 2008, p. 43).“

A discriminação, no entanto, está não só presente no mercado de trabalho mas é transversal à sociedade, de um modo geral. O estereótipo referido por Portela et. al. (2008) tem “sido

sustentado por um olhar superficial e acrítico sobre as estatísticas da atividade feminina, onde as mulheres, não obstante o aumento significativo das suas qualificações, continuam a apresentar níveis reduzidos na ocupação de posições de topo, tanto em organizações do setor público, como em organizações do setor privado” (Nogueira, 2009, p. 40). Apesar de tal constatação, nos últimos tempos, tem-se assistido a uma profunda mudança social que tem permitido a inclusão da mulher no acesso à atividade empresarial e a cargos que eram impensáveis num passado recente (Casero et al., 2010). Nos países mais desenvolvidos homens e mulheres estão empregados e a receber um salário aproximado, no entanto, as mulheres estão consideravelmente menos representadas em papéis de gerência no mais alto escalão, por exemplo, nos conselhos de administração, onde a percentagem de membros femininos é menor do que a dos membros masculinos (Elam & Terjesen, 2007).

De facto, nos últimos tempos tem sido notório o aumento da participação feminina no mercado de trabalho não só como trabalhadoras mas como empreendedoras (Gomes et al., 2009) constituindo este um facto a ter em atenção porque as mulheres representam um grupo social forte na criação de empresas (García & Cañizares, 2010). Grupo este que vem crescendo ao longo dos últimos tempos (Brush, Brun, Gatewood & Henry, 2010). Esta observável crescente participação das mulheres no fenómeno do empreendedorismo tem suscitado o crescimento de um corpo de investigação científica - apesar do tema do empreendedorismo feminino só muito recentemente se ter integrado como objeto de estudo nos meios académicos - que procura responder à necessidade de criar perspetivas de investigação, tanto genéricas como mais específicas, que melhor compreendam e expliquem o fenómeno (Bruin, Brush & Welter, 2007). O interesse por este tema surge ligado, simultaneamente, a dois fatores: primeiro, ao relacionamento com o potencial emancipatório do empreendedorismo para as mulheres; segundo, à constatação da persistência de obstáculos à sua entrada e manutenção nesse mundo (Nogueira, 2009).

As mulheres empreendedoras têm desempenhado, nos últimos tempos, um papel socioeconómico importante. Elas fazem parte de um contingente que constitui a maior parte da força de trabalho de vários continentes (Machado, St-Cyr, Mione, & Alves, 2003). As mulheres têm maior tendência para trabalhar, comprar e partilhar as suas recompensas económicas, e não económicas, com outras pessoas. Em termos económicos, acredita-se que o investimento no empreendedorismo feminino é uma forma importante de os países aumentarem, exponencialmente, o impacto de criação de novos empreendimentos (Allen et al., 2007). As mulheres representam metade da população mundial e é crescente o número de empresas que têm criado. Assim, na posição de pequenas e médias empresárias, contribuem como uma fonte importante de criação de emprego, inovação e desenvolvimento (Machado et al., 2003). Em termos globais, acredita-se que as mulheres empreendedoras trazem uma importante contribuição para o desenvolvimento da economia mundial (Minniti, 2011), especialmente em países de rendimento baixo e médio (Allen et al., 2007). Verheul, Van Stel e Thurik (2006) acrescentam que o empreendedorismo feminino também contribui para a diversidade do fenómeno empreendedor no processo económico. De acordo com os autores, (Minniti & Nardone, 2007; Minniti, 2011) mulheres e homens diferem no que se refere ao seu perfil pessoal e empresarial: iniciam negócios em diferentes setores,

desenvolvem diferentes produtos, perseguem diferentes objetivos e estruturam os seus negócios de forma distinta.

Apesar destes avanços, o exame do comportamento empreendedor, por todo o globo, resulta numa imagem clara da diferença de géneros na criação de empreendimentos e atividade de posse de negócio. Globalmente, com a exceção do Japão, Tailândia, Peru e Brasil, onde as taxas de atividade empreendedora recente são maiores ou mais idênticas entre homens e mulheres; os homens têm maior tendência de estarem envolvidos na atividade empreendedora do que as mulheres. (Allen et al., 2007; Verheul et al., 2006). A conclusão de que, em termos de empreendedorismo, os homens são mais ativos do que as mulheres já haviam sido retirada para todos os países incluídos no inquérito de 2002 do GEM (Minniti & Nardone, 2007). Portugal tal como a quase totalidade dos restantes países que participaram no inquérito GEM 2007, apresenta uma maior proporção de empreendedores do sexo masculino do que do sexo feminino (GEM, 2007). Quase dois terços dos empreendedores *early-stage* são do sexo masculino - 5,8% num total de 8,8% da população adulta entre 18 e os 64 anos, enquanto que os restantes 3,0% são do sexo feminino. Estes números são diferentes dos que se verificaram em 2004 (GEM, 2004), em que a proporção entre o género masculino e feminino registou quase um equilíbrio.

1.3.1. Género e os aspetos psicológicos e sociais da atividade empreendedora

A personalidade de cada um repercute-se sobre a escolha da atividade profissional, entre outras forças pessoais que interagem com o comportamento. Os investigadores tem insistido na procura de um perfil psicológico do potencial empreendedor. Algumas das principais variáveis psicológicas para a compreensão do comportamento das pessoas sejam elas empreendedoras, ou não, são as perceções, as atitudes, as motivações e a aprendizagem (Macedo & Mitidieri, 2006; Roma, 2006). Bucha (2009), por exemplo, destaca a ideia de que o empreendedor possui atributos tais como: criatividade, originalidade, inovação, aversão ao risco moderada, aceitação das suas responsabilidades, o conhecimento dos resultados das suas ações e o planeamento a longo prazo. No entanto, tem sido possível estabelecer um perfil específico dos indivíduos que são mais suscetíveis de criar uma empresa (García & Cañizares, 2010). As teorias da personalidade centram-se na identificação de fragmentos psicológicos que se julga diferenciam as pessoas empreendedoras das pessoas não empreendedoras. Entre as características psicológicas, habitualmente consideradas como fazendo parte de um perfil empreendedor, destacam-se: a ambição, a motivação para a realização pessoal, e a criatividade. O sentido de iniciativa, o desejo de autonomia, a capacidade para identificar e avaliar oportunidades, a capacidade para inovar e a propensão para assumir riscos (Nogueira, 2009).

As atitudes são determinantes do comportamento, pois estão ligadas à perceção, personalidade, aprendizagem e motivação. As atitudes podem ser compreendidas como sendo uma combinação de conhecimentos mediante os quais cada indivíduo e grupo interpretam e julgam o mundo que o

rodeia e, também, a si próprio (Macedo & Mitidieri, 2006). Segundo os mesmos autores, no mundo dos negócios, os empreendedores veem-se forçados a mudar de atitude frequentemente porque acreditam que as existentes impedem a eficácia organizacional. Neste sentido, os empreendedores alteram as suas atitudes à medida que ficam expostos a novas informações e experiências. eles devem ter a capacidade de conseguir alcançar a eficiência criando atitudes favoráveis para com a organização e o trabalho (Macedo & Mitidieri, 2006).

Segundo Portela et al. (2008) a motivação humana caracteriza-se por um conjunto de fatores dinâmicos existentes na personalidade, que determinam a atitude de cada um. No que se refere ao empreendedor, uma das principais características é a sua eterna insatisfação, a motivação em buscar algo que está sempre em falta. A tomada de decisão por um empreendedor obedece a uma relação direta entre as emoções geradas pela necessidade e a motivação empregada, ou seja, desejos ou necessidades não satisfeitos geram uma tensão agravada pelo envolvimento emocional nos temas e, por consequência, geram maior aplicação de energia para atender às mesmas (Roma, 2006; Macedo & Mitidieri, 2006). A aprendizagem é um importante núcleo do processo de motivação - necessidade de aprendizagem pode gerar a motivação fundamental para que se tome uma boa iniciativa. simultaneamente, a motivação adequada pode fazer com que a iniciativa possa ocorrer e, assim, gerar uma nova aprendizagem (Roma, 2006).

Os processos individuais, implicam diferenças fundamentais entre o comportamento dos indivíduos nas organizações e podem ser atribuídos, à personalidade de cada um esta constitui num dos aspetos de maior interesse na investigação científica sobre o comportamento do empreendedor (Nogueira, 2009). As características psicológicas relacionadas com as motivações, e que podem ser diversas, são importantes para a determinação da direção, persistência, intensidade da ação e para o desempenho (Rodrigues, Raposo & Ferreira, 2007). Quanto às características psicológicas e comportamentais, as mulheres empreendedoras são descritas como possuindo um elevado desejo de independência e realização, como sendo efetivas, inovadoras, persuasivas, precisas e adaptáveis às mudanças e por acreditarem ainda que seu destino é fruto de ações (Peñaloza, Diógenes & Sousa, 2008).

O contexto social em que vivem as mulheres empreendedoras pode também definir o caráter empreendedor da mulher neste contexto, encontram-se desde fatores religiosos até aspetos culturais, sendo que isto está diretamente relacionado com a construção social do papel da mulher na sociedade. É preciso entender que as desigualdades contextuais tem consequências no desempenho do papel da mulher na sociedade (Winkler & Medeiros, 2011)

Casero et al. (2010) demonstram, nos seus trabalhos de investigação, que as mulheres compartilham características semelhantes aos dos homens na hora de empreender; características difíceis de implementar em áreas onde só havia espaço para os homens. No entanto, também existem outras características como as socioeconómicas que condicionam as mulheres na criação das suas empresas tais como: a idade, o nível educacional e o estado civil.

1.3.2. Empreendedorismo feminino

Nos últimos tempos a mulher desempenha um papel cada vez mais importante na economia contemporânea, seja no processo produtivo, seja no setor dos serviços, como empreendedora. Ela identifica oportunidades, estuda habilidades criativas na atividade produtiva e assume riscos e incertezas nos empreendimentos (Boaventura, 2010). O peso feminino na população economicamente ativa, e na atividade económica em geral, vem tornando a análise da integração da mulher no mundo do trabalho uma questão prioritária em todas as economias (Lindo, Cardoso, Rodrigues & Wetzel, 2007).

Em consequência, surge um interesse sobre o estudo do empreendedorismo feminino. No final da década de 90 segundo Minniti e Naude (2010), a área relativa ao empreendedorismo feminino tinha-se tornado um argumento para debates na comunicação social sobre empregos e mercado de trabalho. Ainda segundo os mesmos autores nos últimos 30 anos de estudos sobre o empreendedorismo é possível saber que existem menos mulheres do que homens proprietários de negócios. “No ambiente de negócios o empreendedorismo representa um novo setor para a atividade económica feminina. São, agora, oferecidos novos mercados e perspectivas de trabalho a mulheres para desenvolver o seu entusiasmo, energia, capacidades e competências” (Apergis & Economou, 2010, p. 375).

A importância do empreendedorismo das pequenas e médias empresas e do empreendedorismo feminino vem sendo reconhecida pelo papel que estas desempenham na criação de empregos e riqueza e na difusão da inovação (Teixeira et al., 2011; Brush et al., 2010). Minniti e Naudé (2010, p. 277) enfatizam a ideia de que “o empreendedorismo feminino é importante, para os indivíduos, para as comunidades e para os países”.

Apesar da importância crescente deste fenómeno, vários estudos mostram que existem diferenças significativas na taxa de criação de novas empresas, por homens e por mulheres, um pouco por todo o planeta demonstra-se que as mulheres com muito menos probabilidade estão envolvidas em atividade empreendedora que os homens (Minniti & Nardone, 2007). Ou dito de outra forma, alguns estudos demonstram que os homens têm uma maior tendência do que as mulheres para a criação do seu próprio negócio (Casero et al., 2010). Segundo Minniti e Naude (2010), estudos recentes mostram que as taxas de predomínio das empreendedoras tendem a ser relativamente maiores em países em desenvolvimento do que em países desenvolvidos. Ainda segundo os mesmos autores isto deve-se ao facto de que em economias em desenvolvimento as mulheres se deparam com maiores barreiras para entrar no mercado de trabalho formal e recorrem ao empreendedorismo como uma saída do desemprego e alguma das vezes, da pobreza.

Uma análise da motivação empreendedora realizada pelo projeto GEM (2007), mostra várias diferenças entre os géneros: a percentagem de empreendedores por oportunidade difere significativamente, por género, tanto no grupo de países de baixo e médio rendimento como de rendimento elevado. Em todos os países em análise, em 2007, a percentagem de empreendedores masculinos, que inicia um negócio para aproveitar uma oportunidade é maior do

que a de empreendedores do género feminino. Por contraste, não existe diferença que seja estatisticamente relevante, em termos de género, no que respeita ao empreendedorismo por necessidade (Allen, Langowitz, Elam, & Dean, 2007). Refira-se que “o empreendedorismo induzido pela necessidade decorre da ausência de outras oportunidades de emprego, ou pelo menos de oportunidades aceitáveis de emprego, orientando os indivíduos para a criação de uma nova empresa, dado estes considerarem não possuir melhores alternativas. O empreendedorismo induzido pela oportunidade reflete o desejo de aproveitar uma oportunidade de negócio existente no mercado através da criação de uma empresa por iniciativa própria” (GEM, 2007, p. 18).

As razões para este facto é que se mantêm objeto de análise. Características individuais, enquadramento económico ou o simples resultado de um processo evolucionário, são possíveis explicações em estudo. “Em função das suas especificidades em relação ao universo masculino a análise desse movimento quantitativo implacável traz ainda à tona diversas outras questões relacionadas com qualidade do trabalho feminino como as de representatividade, igualdade salarial e especialmente das relações entre trabalho e família. Isto pelo facto de ainda terem grandes responsabilidades domésticas, as mulheres precisam procurar estratégias para suavizar os conflitos existentes entre estas duas importantes instâncias das suas vidas” (Lindo et al., 2007).

Estudos têm mostrado que as mulheres abrem empresas por motivos, tais como: desejo de realização e independência, perceção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional noutras empresas, necessidade de sobrevivência e como uma maneira de conciliar trabalho e família (Machado et al., 2003). “O empreendedorismo representa um novo setor para atividade económica feminina. São agora oferecidos novos mercados e perspetivas de trabalho a mulheres para desenvolver o seu entusiasmo, energia, capacidades e competências. A flexibilidade relacionada com o trabalho é identificada como um fator encorajador adicional, especialmente para mulheres que necessitam desta flexibilidade no trabalho devido às suas responsabilidades para com a família” (Apergis & Economou, 2010).

Algumas das razões principais que levam as mulheres a empreender prendem-se com a satisfação das necessidades financeiras, a autorrealização e a necessidade de ter uma melhor gestão do trabalho e da família porque acreditam que assim têm uma maior agilidade para lidar com ambas as responsabilidades (Greene, Brush & GatewoodIn, 2007). Para Buttner (2001), no caso das mulheres que entram no mundo empreendedor devido ao surgimento de uma oportunidade, e não apenas por necessidade, um dos motivos que levam as mulheres a gerarem o autoemprego é a flexibilidade de horário que este tipo de trabalho proporciona. Pelo facto de ainda terem responsabilidades domésticas, procuram através da criação do próprio emprego organizar os conflitos entre a sua vida familiar e a sua vida profissional.

Contudo o empreendedorismo feminino é um fenómeno que ainda esta numa fase nascente, o interesse por este por este tema ainda é relativamente recente. Estudos demonstram que as motivações primárias das mulheres são bastante similares às dos homens como por exemplo: a rentabilidade económica, independência, a necessidade de alcançar algo e a satisfação no emprego (Greene et al., 2007). No entanto “ao contrário dos homens, as empreendedoras referem

encontrar dificuldades e possível discriminação de crédito durante a fase de formação de capital” (Greene et al., 2007, p.183). Para Ahl (2006), a discriminação por parte das entidades bancárias, no que diz respeito aos empréstimos bancários, está relacionada com o facto dos negócios criados por mulheres darem poucas garantias, e assim estas entidades têm maiores dificuldades em assegurar um empréstimo.

Para (Jonathan, 2003) nas dificuldades que as mulheres sentem ao empreenderem no setor tecnológico destacam-se a assertividade e a persistência ao lidarem com problemas inerentes a qualquer tipo de negócio - como a competição e o financiamento – mas, principalmente, a discriminação de género. Segundo o mesmo autor as empreendedoras apresentam um comportamento de cautela quanto ao crescimento das empresas e às questões financeiras.

Por outro lado, manter o sucesso do empreendimento é mais difícil para a mulher empreendedora dada a falta de suporte afetivo e social, a dificuldade para atuar no mercado internacional ou para conseguir financiamento, o não acesso a redes, a falta de mentores, o tamanho das empresas, a falta de tempo para si mesma, a dificuldade em conciliar trabalho e família, e a ausência de modelos de referência de outras mulheres empreendedoras (Machado, 2002)

Na Europa, há consideravelmente menos mulheres empresárias do que homens. As mulheres empresárias enfrentam as dificuldades inerentes à atividade empresarial mas é também frequente que as mulheres não possuam a confiança e as competências necessárias para a criação e a gestão eficaz de uma empresa. Existem várias razões para que assim seja, incluindo a escolha da atividade, as falhas de informação, e discriminação de que são alvo, a falta de conhecimentos ou dificuldades na conjugação do trabalho com as obrigações familiares (Comissão Europeia, 2003).

1.3.3. Atividade empreendedora e as diferenças de desempenho

Se as mulheres possuem melhores ou piores qualidades para serem empreendedoras, mantêm-se uma interrogação. A esta interrogação responde Virgínia Ferreira (2007 como citado em Portela et al., 2008), afirmando que a investigação sobre as diferenças nas práticas e nos estilos entre empresários masculinos femininos têm produzido resultados dificilmente comparáveis, se não mesmo inconclusivos. Quando se analisam os discursos e representações dos próprios sobre o que é ser empreendedor, a tendência é para sublinhar as diferenças. Porém, quando o objeto de análise incide sobre as práticas de administração do negócio, as diferenças surgem mais relativizadas. "Apesar disto, parece existir uma ligeira tendência para as mulheres se envolverem mais no exercício do controlo, na comunicação interna, na gestão das pessoas e em tarefas relacionadas com o trabalho" (Portela et al, 2008, p. 44). No entanto, o desejo de realização pessoal, independência, e as necessidades económicas são mencionadas igualmente por mulheres e homens como motivações para o negócio embora isso possa ocultar as diferenças estruturais que distanciam uns dos outros quando se observam outros fatores de discriminação (Portela et al., 2008).

“O debate sobre a desigualdade entre as características femininas e as masculinas no ambiente de trabalho é alvo de muita discussão. De um modo geral, os estudiosos do assunto acreditam que as mulheres possuem diferenças em relação aos homens. No entanto, as organizações estão impregnadas de valores masculinos” (Gomes et al., 2009, p. 78).

De acordo com Greene et al. (2007, p.183) quando analisados estudos internacionais sobre o gênero dos empreendedores e as suas motivações, “estudiosos suecos descobriram que empreendedores e empreendedoras tinham objetivos económicos similares mas encontram diferenças relativamente a outro tipo de objetivos, como satisfação do cliente e flexibilidade de pessoal” sendo ainda referido pelos mesmos autores que “donas de negócios britânicos tinham níveis de educação e experiência similares aos dos homens, mas tinham padrões cumulativos de educação e experiência de trabalho muito diferentes”. Estes estudos demonstram que as diferenças entre empreendedores e empreendedoras não estão relacionados apenas com a diferença de gênero mas que existem outras variáveis que influenciam a motivação e o sucesso de cada um.

Para Minniti e Naude (2010), existem varias razões para as diferenças entre os géneros sendo que essas diferenças têm implicações ao nível macroeconómico. Ainda de acordo com os mesmos autores a motivação que uma mulher tem para dar início a um negócio pode variar da do homem por questões culturais ou por discriminação. Também é argumentado por estes autores que os homens e as mulheres têm diferentes preferências e de que as mulheres não gostam tanto de estar numa situação de auto emprego como os homens. “Talvez as mulheres e os homens tenham diferentes características socioeconómicas e, se corrigíssemos fatores, como a educação, a riqueza, a família e o estatuto do trabalho, estas diferenças pudessem desaparecer” (Minniti & Naude, 2010, p. 279).

Para Fossen (2011) existem diferenças na experiência académica e profissional, assim como em termos de capacidades financeiras e interpessoais, entre mulheres e homens. Por exemplo, existem evidências que as mulheres têm a tendência para visualizarem as suas capacidades financeiras como sendo inferiores às dos homens mas, ao mesmo tempo, acreditam que possuem melhores capacidades interpessoais. Ainda segundo o mesmo autor as mulheres gerem de um modo diferente daquela que é realizada pelos homens dado que, “quando uma mulher cria um negócio, ela não adquire simplesmente uma entidade económica separada, pelo contrário, envolve-se numa rede de relacionamentos que incluem a família, a comunidade e o negócio. A importância da criação de laços pessoais para a empreendedora contrasta com a necessidade do empreendedor pela autonomia e tomada de decisão estruturada” (Fossen, 2011, p. 325).

Para Greene et al. (2007, p.189), “a escolha estratégica é moldada pelas experiências a que os sujeitos estão expostos sendo que as mulheres e os homens têm experiências de socialização fundamentalmente diferentes que resultam do desenvolvimento de capacidades únicas”. Ainda de acordo com os mesmos autores, os negócios cujos proprietários são mulheres assentam numa relação estabelecida entre os empregados e os clientes centrada na criação e desenvolvimento de equipas tendo as mulheres uma maior tendência para usar uma estratégia relacional. No entanto, têm maior probabilidade de serem interrompidos precocemente, para além de possuírem menos

recursos na fase inicial e serem lançadas numa escala menor. De facto, Ahl (2006) já referia que quando os homens e mulheres são avaliados, sem ter em conta o tipo de negócios que possuem, às mulheres é realizada uma avaliação negativa - os seus negócios são de um modo geral de menores dimensões, crescem lentamente e são menos lucrativos.

Segundo Justo (2008) a chave do problema está nas motivações profissionais dos empreendedores e nas perceções que estes têm em relação ao sucesso do negócio podendo tais perceções variar em função do género. Para Apergis e Economou (2010), repetindo outros autores referidos anteriormente e enfatizando as motivações para iniciar um negócio em função do género, os motivos que levam as mulheres a abrirem seu próprio negócio são fatores que estão relacionados com a autorrealização, criatividade, baixo rendimento familiar, perda de emprego e necessidade de autonomia para trabalhar em horários flexíveis para melhor conciliar a vida profissional e a vida familiar. Este último motivo é, não só um incentivo para a criação de uma atividade empreendedora como é, ao mesmo tempo, uma sua limitação. (Greene et al., 2007) afirma que, pelo facto das mulheres serem mais sensíveis nas relações, elas encontram-se em constante conflito, possuindo um sentimento de culpa tanto quando ao dedicar-se mais à família descuram a sua carreira como quando ao dedicar-se mais a carreira descuram a família.

Por outro lado, estudos que comparam as atividades masculinas e femininas, no trabalho, revelam que o homem decide instantaneamente e preocupa-se com a repercussão e sua decisão no curto prazo. As mulheres tenderiam a considerar mais detalhadamente as consequências de longo prazo de seus atos (Gomes et al., 2009). As mulheres apresentam-se de forma conservadora perante os riscos, podendo este facto ser justificado pela dificuldade em obter capital. Por fim, refira-se que ainda outros estudos mostram que as mulheres encontram dificuldades relacionadas com a experiência na gestão. Aponta-se para o facto de que os homens empreendedores possuem mais experiências do que as mulheres empreendedoras – de acordo com Winkler e Medeiros (2011) a experiência anterior é um fator importante para o estabelecimento e a viabilidade das empresas.

CAPÍTULO II:
ANÁLISE EMPÍRICA DA EVOLUÇÃO DO
EMPREENDEDORISMO, POR GÉNERO, EM
PORTUGAL

2.1. METODOLOGIA ADOTADA NO ESTUDO EMPÍRICO

2.1.1. Base de Dados: *Global Entrepreneurship Monitor*

Para atingir o objetivo proposto nesta dissertação - abordar a problemática do género e empreendedorismo em Portugal identificando as principais diferenças relativas ao género, em relação ao empreendedorismo, as características que motivam as mulheres a serem empreendedoras assim como as principais dificuldades que sentem durante o processo de criação de empresas - utiliza-se, no processo de investigação empírica que agora se apresenta, a base de dados internacional *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que disponibiliza, publicamente, para Portugal, informação relativa ao empreendedorismo no período de 2001, 2004 e 2007. Os dados a utilizar neste trabalho de investigação são dados microeconómicos secundários que se encontram disponíveis publicamente e estão devidamente tratados para serem utilizados em trabalhos de investigação científica, como é o caso desta dissertação de mestrado.

Tal como já havia sido referido no capítulo anterior, o GEM, lançado numa iniciativa conjunta pela *London Business School* (Reino Unido) e o *Babson College in Wellesley* (USA), é um programa de investigação que inclui avaliações anuais do nível de atividade empreendedora em vários países e que tem como base o objetivo de recolher informação quantitativa, relativa ao fenómeno do empreendedorismo, internacionalmente comparável (Reynolds et al., 2005; Stenberg & Wennekers, 2005). Este programa iniciou-se em 1999 com 10 países, em 2006 foi aplicado em 39 países e, em 2010, inclui um conjunto de 59 países (GEM, 2010). Considerando o empreendedorismo como um processo holístico, este programa baseia-se num modelo que contempla um conjunto de medidas que pretendem descrever vários aspetos do empreendedorismo, em cada país, nomeadamente o que se refere às questões de empreendedorismo e género. Veja-se o exemplo de apenas algumas publicações, algumas já referidas anteriormente, de trabalhos científicos que utilizam os dados GEM para realização de trabalhos sobre empreendedorismo feminino por todo o globo: Sarfaraz e Faghih (2011), Tsyganova e Shirokova (2010), Casero et al. (2010), García e Cañizares (2010), Elam (2008) ou Minniti e Nardone (2007).

O GEM é, atualmente, o principal projeto de investigação internacional que pretende descrever, analisar e comparar o processo empreendedor num amplo conjunto de países onde se inclui Portugal. O GEM tem três objetivos principais: medir diferenças no nível de atividade empreendedora entre países, descobrir os fatores que determinam os níveis de atividade empreendedora e identificar as políticas que promovem a atividade empreendedora (Sarkar, 2007 e Bosma, Wennekers & Amorós, 2012).

Como o GEM recolhe informação nacional referente ao nível do empreendedorismo, pretendendo criar indicadores internacionais harmonizados, tal processo de recolha é complexo e exige um esforço de padronização que conta com equipas nacionais de peritos e especialistas na área científica em análise que selecionam, em cada país, uma amostra representativa da população

adulta (Hosmer & Lemeshow, 2000) nacional (Reynolds et al., 2005). Em Portugal, as equipas nacionais contam com vários parceiros onde se destaca a Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI), o Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) e a Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento (FLAD) (GEM, 2004, 2007 e 2010). A informação é recolhida por empresas especializadas em inquéritos e estudos de mercado através de sondagens diretas e pessoais (com base num questionário padronizado para todos os países participantes) junto de uma população adulta (com idades entre 18 e 64 anos) representativa da população adulta portuguesa residente em Portugal Continental. A informação pode ser encontrada na base de dados designada por *GEM Adult Population Surveys*. Esta informação é complementada por uma sondagem (utilizando um questionário padronizado para todos os países participantes) a diversos peritos e especialistas na área do empreendedorismo incluindo, entre outros, “líderes do sistema financeiro, responsáveis governamentais, membros do sistema de ensino e empreendedores de renome” (GEM, 2010, p. x).

Neste trabalho de investigação serão utilizados apenas os dados individuais recolhidos junto da amostra representativa da população adulta portuguesa.

2.1.2. Análise descritiva e inferencial⁴

À informação individual disponível para Portugal nos anos de 2001, 2004 e 2007, como foi referido, serão aplicadas técnicas de análise que utilizam indicadores de estatística descritiva, nomeadamente indicadores de distribuição absoluta e relativa, e estatística inferencial.

Esta análise pretende descrever a base de dados, dando a conhecer o nível de atividade empreendedora, por género, e os factos que a têm determinado ao longo da última década. Sendo este um trabalho que pretende analisar o fenómeno do empreendedorismo por género, toda a análise que se apresenta, refere-se à descrição de algumas das variáveis consideradas importantes para descrever o fenómeno, em Portugal, e ao longo do tempo, tendo em especial atenção a distribuição de tais variáveis pelo género dos indivíduos envolvidos nas amostras anuais disponíveis. O objetivo é perceber se é possível observar alguma diferença entre homens e mulheres relativamente à distribuição de respostas ao questionário realizado. Para complementar a análise descritiva, e sempre que se mostrar pertinente, serão, também, realizados testes estatísticos não paramétricos univariados para verificar se, de facto, existe evidência estatística para afirmar que homens e mulheres se distinguem relativamente à atividade empreendedora em Portugal. Ao longo do trabalho será utilizado o teste não paramétrico de *Wilcoxon-Mann-Whitney* conhecido, simplesmente, por teste de *Mann-Whitney* já que estará em causa a comparação de

⁴ Toda a informação será tratada através do software estatístico *PASW Statistics Data Editor (SPSS)*, versão 18, e software *Microsoft Office Excel 2010*.

funções de distribuição de variáveis qualitativas nominais medidas em duas amostras independentes (Marôco, 2010).

A análise descritiva inicial, assim como os testes estatísticos realizados permitem constatar a existência (ou não) de diferenças entre género no que se refere à atividade empreendedora mas não permite quantificar tais diferenças. A quantificação de diferenças na atividade empreendedora entre homens e mulheres e, conseqüentemente, o efeito causal do género do empreendedor nessa mesma atividade, em Portugal nos anos em análise, faz-se através da aplicação da metodologia econométrica de regressão logística univariada. A aplicação desta metodologia. A aplicação da metodologia de regressão logística (também conhecida como metodologia *logit*) no estudo do empreendedorismo vem sendo aplicada em vários estudos de investigação dos quais se citam os de Casero et al. (2010) e García e Cañizares (2010).

2.1.2.1. Metodologia de regressão logística

Para dar início à apresentação metodológica do modelo de regressão logística, nesta dissertação, apresenta-se a diferença entre o modelo de regressão logística a apresentar e um “normal” modelo de regressão linear em que se aplica o métodos dos mínimos quadrados usuais (vulgo *OLS – Ordinary Least Squares*). Os dois tipos de análise procuram atingir o mesmo objetivo, ou seja, encontrar o modelo que melhor descreve e quantifica a relação causal entre um conjunto de variáveis explicativas (ou independentes) e uma variável que se pretende explicar (ou dependente), no entanto, enquanto na tradicional metodologia dos mínimos quadrados usuais a variável dependente é quantitativa nos modelos de regressão logística ela apresenta uma natureza dicotómica apresentando apenas dois valores (0 ou 1). As variáveis dicotómicas, também conhecidas como variáveis *dummy*, tomam o valor 1 ou 0 consoante um de dois resultados possíveis ocorre. Habitualmente, atribui-se o valor 1, quando se verifica a ocorrência do resultado e 0, quando não ocorre o resultado (Hosmer & Lemeshow, 2000). Estas variáveis podem ser caracterizadas por uma distribuição de Bernoulli em que para uma variável aleatória binária Y , se observam as seguintes probabilidades:

$$P(Y = 1) = p \quad e \quad P(Y = 0) = 1 - p \quad (1)$$

Pois, por definição, a proporção de resposta em que se verifica $Y = 1$ é dada pela seguinte expressão:

$$E(Y) = 1 \times p + 0 \times (1 - p) = p \quad (2)$$

Seja Y uma variável que se pretende explicar X um conjunto de variáveis explicativas. O objetivo é a construção de um modelo que relacione a variável aleatória com as variáveis independentes. Na sua forma matricial o modelo pode escrever-se da seguinte forma:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon \quad (3)$$

Onde β_0 é uma contante que representa o valor assumido pela variável dependente se esta não é influenciada por variáveis explicativas, β_1 indica a variação que ocorre na variável explicativa devido a variações que ocorrem nas variáveis explicativas e ε é o termo de erro estocástico.

Como para variáveis dicotómicas dependentes, $0 \leq E(Y|X) = P(Y = 1|X) \leq 1$, prova-se que deve ser adoptada uma função logística representada de forma algébrica por $P(Z) = \frac{e^Z}{(1 + e^Z)}$ e, graficamente, por uma curva sigmóide (em forma de S), crescente e com valores no intervalo]0,1[. É esta função que está na base do modelo de regressão logística ao permitir o cálculo do logit, compreendido como o oposto da função logística. Assim, assumindo a expressão \ln representa o logaritmo natural, tem-se:

$$Y = \text{logit}(p) = \ln \frac{p}{1-p} = Z = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon \quad (4)$$

Sendo $p = P(Y = 1)$ e $\frac{p}{1-p}$ o rácio da probabilidade entre os dois acontecimentos, conhecido na literatura internacional da especialidade, como *odd-ratio*⁵. Tendo em consideração o modelo e que $\hat{\beta}_0$ e $\hat{\beta}_1$ são os coeficientes estimados pelo modelo de regressão logística, a probabilidade estimada é dada pelas expressões:

$$p = \frac{e^{\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X}}{1 + e^{\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X}} = \frac{1}{1 + e^{-(\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X)}} \quad (5)$$

No caso concreto desta dissertação, serão estimados modelos univariados caracterizados pela existência de uma única variável explicativa. Para cada modelo estimado, os coeficientes estimados fornecem uma estimativa do logaritmo natural do *odd-ratio* permitindo a estimação directa da probabilidade de ocorrência da variável explicada em análise através da função $e^{\hat{\beta}_1}$. A estimação dos coeficientes é realizada através de um método iterativo de máxima verosimilhança que termina quando se verifica uma diminuição significativa da soma dos quadrados dos resíduos.

⁵ Neste trabalho mantem-se a designação internacional.

2.2. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA NO QUE RESPEITA À ATIVIDADE EMPREENDEDORA, POR GÉNERO

Sendo este um trabalho que pretende analisar o fenómeno do empreendedorismo por género, toda a análise que se apresenta, nesta secção, refere-se à descrição de algumas das variáveis consideradas importantes para descrever o fenómeno, em Portugal e ao longo do tempo, tendo em especial atenção a distribuição de tais variáveis pelo género dos indivíduos envolvidos nas amostras anuais disponíveis. Assim, as tabelas seguintes mostram os dados resultantes da aplicação do inquérito GEM, em Portugal, para os anos de 2001, 2004 e 2007.

Na Tabela 1 pode visualizar-se a distribuição da amostra por classe etária⁶, ao longo do tempo

Tabela 1:

Distribuição, absoluta e relativa, da amostra por classes etárias, por ano e género.

Variável	Classe Etária	Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Idade	0-17	0	0,0	0	0,0	20	4,2	22	4,2	0	0,0	0	0,0
	18-24	170	17,7	169	16,2	87	18,4	80	15,2	120	12,3	141	13,5
	25-34	229	23,9	236	22,7	110	23,3	93	17,6	286	29,2	311	29,8
	35-44	210	21,9	236	22,7	107	22,6	108	20,5	232	23,7	261	25,0
	45-54	178	18,6	201	19,3	77	16,3	114	21,6	191	19,5	189	18,1
	55-64	172	17,9	199	19,1	72	15,2	110	20,9	149	15,2	143	13,7
	Sub Total	959	100	1.041	100	473	100	527	100	978	100	1.045	100
	Total	2000				1000				2023			

Para o ano de 2001 foram inquiridos 2000 indivíduos dos quais 959 (47,95%) eram do sexo masculino e 1.041 (52,05%) eram do sexo feminino. A classe etária com maior percentagem de inquiridos é a dos 25-34 anos para o sexo masculino. Para o sexo feminino não há uma faixa etária predominante, variando a distribuição de ano para ano. Em 2001, para as mulheres, existem duas classes etárias com o maior número de inquiridos – as faixas etárias dos 25-34 e 35-44 com 22,7% das mulheres em ambas as classes etárias. No ano de 2004 a amostra diminuiu para 1.000 inquiridos, dos quais 473 (47,30%) eram do sexo masculino e 527 (52,70%) eram do sexo feminino. A classe etária com maior número de inquiridos, para o sexo masculino, é a dos 25-34 anos. Já para o sexo feminino a classe etária com maior número de inquiridos é a dos 45-54 anos (21,6%). Para o ano de 2007 a amostra aumentou tendo sido inquiridos 2.023 indivíduos. Destes 978 eram do sexo masculino (48,34 %) e 1.045 (51,65 %) do sexo feminino. A classe etária com mais empreendedores é a dos 25-34 anos, para ambos os sexos. Como é possível observar, para os três anos em análise, foram inquiridos mais indivíduos do sexo feminino do que do sexo masculino.

⁶ A distribuição das idades por classe etária é da responsabilidade do GEM.

2.2.1. Atitudes e percepções relativamente ao empreendedorismo, por género

A Tabela anterior apresenta o total dos indivíduos inquiridos mas só alguns deles iniciaram ou pretendem iniciar um negócio, ou seja, pretendem tornar-se empreendedores. Pode observar-se o número de indivíduos que iniciaram ou pretendem iniciar uma atividade empreendedora na Tabela seguinte. Na Tabela 2 pode visualizar-se a distribuição, ao longo dos 3 anos em estudo, do número de inquiridos que indicou estar a iniciar um negócio sozinho ou juntamente com outros.

Tabela 2:

Distribuição, absoluta e relativa, dos indivíduos que indicaram estar a iniciar um negócio, sozinhos ou com outros, por ano e género.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Criação de Negócio	Não	903	94,5	1.018	98,2	458	97,0	515	97,7	865	88,7	968	92,7
	Sim	53	5,5	19	1,8	14	3,0	12	2,3	110	11,3	76	7,3
Sub Total		956	100	1.037	100	472	100	527	100	975	100	1.044	100
Total		1.993				999				2.019			

A Tabela 2 mostra que os inquiridos, na sua maioria, afirmam que não estão a iniciar um negócio, sozinhos ou juntamente com outros. No ano de 2001, 94,5% dos inquiridos do sexo masculino afirmam não ter iniciado um negócio. Para os inquiridos do sexo feminino o valor sobe para os 98,2%. Em 2004, 97% e 97,7% dos inquiridos do sexo masculino e feminino, respetivamente, não iniciou negócio. Por fim, para o ano de 2007, 88,7% dos homens e 92,7% das mulheres afirmam não ter iniciado negócio. Para os inquiridos do sexo masculino verifica-se um ligeiro decréscimo de empreendedores que estão a iniciar o negócio do ano 2001 para o ano 2004. De 2004 para 2007 a tendência é oposta. A percentagem de respostas positivas no ano de 2007 é de 11,3% para os homens. O número de mulheres empreendedoras apresenta uma evolução positiva ao longo dos três anos em estudo pois é crescente o número de indivíduos do sexo feminino que estão a iniciar negócio –1,8%, em 2001, 2,3%, em 2004, 7.3%, em 2007.

Para se verificar qual a razão que leva os inquiridos a empreender, nomeadamente, se o fazem para aproveitar uma oportunidade ou por necessidade, é pertinente analisar a Tabela seguinte onde se apresenta o principal razão dos inquiridos para empreender. Na Tabela 3 podemos visualizar a distribuição da amostra, ao longo do tempo e por género, tendo em conta as motivações que levam um individuo a iniciar um negócio. Estas motivações podem ser: (i) tirar partido da oportunidade de negócio, (ii) inexistência de melhores opções de trabalho, (iii) combinação de uma oportunidade de negócio com a inexistência de melhores opções de trabalho e, (iv) procura de melhores oportunidades apesar de possuir um emprego. Note-se, no entanto, que a divisão essencial deve ser feita entre o início de uma atividade empreendedora por

necessidade ou por oportunidade, sendo que os outros motivos se apresentam com valores quase residuais.

Tabela 3:

Distribuição, absoluta e relativa, dos motivos que estão na origem da criação de um negócio, por ano e género.

Variável	Ano												
	2001				2004				2007				
	Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Motivo para criar um negócio	Tirar partido de oportunidades de negócio	17	63,0	2	20,0	9	81,8	7	58,3	61	70,1	33	66,0
	Inexistência de melhores opções de trabalho	5	18,5	6	60,0	1	9,1	4	33,3	7	8,0	8	16,0
	Combinação de uma oportunidade de negócio com a inexistência de melhores	4	14,8	1	10,0	1	9,1	1	8,3	9	10,3	4	8,0
	Procura de melhores oportunidades apesar de se ter um emprego	1	3,7	1	10,0	0	0,0	0	0,0	10	11,5	5	10,0
Sub Total	27	100	10	100	11	100	12	100	87	100	50	100	
Total	37				23				137				

Na Tabela 3 pode visualizar-se que são os inquiridos do sexo masculino os que tiram maior partido das oportunidades de negócio relativamente aos do sexo feminino, embora os inquiridos do sexo feminino apresentem uma evolução crescente ao longo do tempo. Verifica-se, para o sexo masculino, que a percentagem daqueles que cria um negócio para aproveitar oportunidades é de 63,0%, em 2001, 81,8% em 2004 e de 70,1% em 2007. Para o sexo feminino, os valores percentuais são muitos mais baixos: 20,0% em 2001, 58,3% em 2004 e 66,0% em 2007. Esta situação mostra o interesse crescente das mulheres pela atividade empreendedora. Relativamente à opção de iniciar um negócio por não existirem melhores oportunidades de trabalho, os inquiridos do sexo feminino apresentam uma maior percentagem sendo esta situação mais acentuada no ano de 2001, com 60% de respostas. No entanto, ao longo dos anos em estudo, tem vindo a decrescer – em 2004 e 2007, apenas 33,3% e 16%, respetivamente, das mulheres alegavam que este era o motivo para iniciarem um negócio.

Se na Tabela anterior se mostra se foi a oportunidade ou a necessidade a razão que levou os inquiridos a criarem um novo negócio já a Tabela 4 mostra o motivo mais importante para seguir em frente com o negócio. Esta variável só foi introduzida nos inquéritos GEM realizados em 2007 logo só para este ano será realizada a análise⁷. A Tabela mostra que, para ambos os géneros, o principal motivo para se criar um negócio se prende com o desejo de aumentar o rendimento pessoal. Para o sexo masculino este motivo representa 55,7% das respostas e para o sexo feminino 54,5 %. Em segundo lugar, e também para ambos os géneros, segue-se o desejo de

⁷ Este motivo, explica porque é que para algumas variáveis se analisaram apenas um ou dois dos anos, dos três em estudo nesta dissertação.

alcançar uma maior independência. De seguida, 16,4% dos homens e 15,2% das mulheres refere que mantem a opção de iniciar um negócio como forma de manter o seu rendimento pessoal. Os outros motivos apresentam respostas residuais.

Tabela 4:

Distribuição, absoluta e relativa, dos principais motivos para os inquiridos levam por diante a oportunidade de criar um negócio, por género

Variável		Ano					
		2007					
		Masculino		Feminino		Total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
Motivo para manter a decisão de criar um negócio	Maior independência	14	23,0	9	27,3	23	24,5
	Aumento do rendimento pessoal	34	55,7	18	54,5	52	55,3
	Manutenção do rendimento pessoal	10	16,4	5	15,2	15	16,0
	Outros	3	4,9	1	3,0	4	4,3
Total		61	100	33	100	94	100

Na Tabela seguinte pode visualizar-se os resultados do teste estatístico *Mann-Whitney*. Este teste permite verificar se existem diferenças estatísticas significativas entre os géneros relativamente ao motivo que leva os inquiridos a aproveitar uma oportunidade para iniciar um negócio. Subjacente ao teste encontra-se a hipótese de que não existem diferenças entre os géneros relativamente ao motivo para aproveitar uma oportunidade de negócio

Tabela 5:

Resultado do teste estatístico Mann-Whitney para análise da existência de diferenças entre género relativamente ao motivo para aproveitar uma oportunidade de negócio, em 2007

Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>			
Motivo	Coefficiente	Teste Z	Valor de Prova
Maior independência	963,0	-0,463	0,644
Aumento do rendimento pessoal	944,5	-0,110	0,912
Manutenção do rendimento pessoal	994,0	-0,156	0,876

Verifica-se que, para todos os motivos analisados (independência, aumento e manutenção do rendimento), o nível de significância é superior a 0,05 com valores de 0,644, 0,912 e 0,876, respetivamente, logo não é possível rejeitar a hipótese. Deste modo pode-se concluir que não existe evidência estatística suficiente para afirmar que existem diferenças entre os géneros relativamente ao motivo de manter a opção de criar um negócio quando surge uma oportunidade – em Portugal, e para 2007, a sua motivação para criar um negócio não é diferente entre homens e mulheres. De facto, Greene et al. (2007) afirmam que as motivações empresariais das mulheres são bastante similares às dos homens, o que vai de encontro aos resultados obtidos na Tabela 5.

Se se pretender analisar, com maior profundidade, o fenómeno do empreendedorismo é importante, também, perceber se a abertura de um negócio tem como objetivo tornar o negócio uma atividade principal ou se tal atividade empreendedora faz apenas parte do trabalho normal desenvolvido pelos indivíduos. A Tabela 6 permite analisar esta situação.

Tabela 6:

Distribuição, absoluta e relativa, dos indivíduos que se encontram em processo de início de negócio para a entidade empregadora como parte do seu trabalho normal, por ano e género

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Criação de Negócio para o Empregador	Não	945	99,0	1.036	99,5	471	99,8	527	100,0	918	94,0	1.009	96,6
	Sim	10	1,0	5	0,5	1	0,2	0	0,0	59	6,0	35	3,4
Sub Total		955	100	1.041	100	472	100	527	100	977	100	1.044	100
Total		1.996				999				2.021			

Verifica-se que apenas uma pequena percentagem dos inquiridos esta a tentar iniciar um negócio sozinho (ou juntamente com outros) para a sua entidade empregadora como parte do seu trabalho normal. A grande maioria dos inquiridos quando inicia um negócio fá-lo fora do seu contexto normal de trabalho, ou seja, 99%, 99,8% e 94% dos homens em 2001, 2004 e 2007, respetivamente, e 99,5% 100% e 96,6% das mulheres para 2001, 2004 e 2007, respetivamente. Na Tabela 6 pode ainda visualizar-se, que são os inquiridos do sexo masculino os que mais respondem de forma positiva ao facto de estarem a iniciar um negócio para a sua entidade empregadora como parte do seu trabalho normal. No ano de 2007 é onde se regista uma maior percentagem de inquiridos – tanto do sexo masculino como do sexo feminino - que responde de forma positiva (cerca de 6 % estão a iniciar um negócio sozinhos, ou com outros, para a entidade empregadora).

De forma a complementar a informação anterior e para tentar perceber porque é que alguém poderá estar a iniciar um negócio que não é para si, apresenta-se, na Tabela 7, a distribuição dos inquiridos que investem em negócios de outros e qual o seu grau de parentesco com estes. Na

Tabela são apresentadas as várias categorias de parentesco consideradas e que podem ir de um grau de parentesco elevado até qualquer ausência de parentesco.

Tabela 7:

Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos que investem em negócios de outros considerando o grau de parentesco por ano e género.

Variável	Ano												
	2001				2004				2007				
	Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Grau de parentesco com a pessoa para a qual se realizou um investimento	Membro próximo da família	11	84,6	6	66,7	2	33,3	3	100,0	13	30,2	13	54,2
	Outro parente	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,0	1	4,2
	Um colega de trabalho	1	7,7	0	0,0	1	16,7	0	0,0	4	9,3	2	8,3
	Um amigo/vizinho	1	7,7	1	11,1	2	33,3	0	0,0	15	34,9	2	8,3
	Um estranho com uma boa ideia de negócio	0	0,0	2	22,2	1	16,7	0	0,0	2	4,7	2	8,3
	Outros	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	14,0	4	16,7
Sub Total	13	100	9	100	6	100	3	100	43	100	24	100	
Total	22				9				67				

Verifica-se que, de uma maneira geral, tanto os inquiridos do sexo masculino como os do sexo feminino investem mais num negócio de um membro próximo da família ou um amigo/vizinho. No ano de 2001, 84,6% dos inquiridos do sexo masculino e 66,7% daqueles do sexo feminino respondem que realizaram um investimento para um membro próximo da família. Ao logo dos três anos em estudo o sexo masculino evoluiu de uma forma decrescente para investimento num negócio de um membro da família (84,6%, 33,3% e 30,2%). Já o sexo feminino, para esta mesma opção, apresenta uma evolução crescente até 2004 (66,7% e 100,0%) e em 2007 apresenta um decréscimo (54,2%). Para a opção investir um negócio de um vizinho/amigo, os inquiridos do sexo masculino apresenta uma evolução crescente (7,7%, 33,3% e 34,9%, ao longo dos anos). O sexo feminino apresenta em 2001 uma percentagem de 11,1 que em 2004 decresce para um valor nulo e, em 2007, volta a subir para os 8,3%.

Percebendo que, essencialmente, a atividade empreendedora se inicia em nome próprio apresenta-se, de seguida (Tabela 8) a distribuição dos inquiridos que gerem um negócio sozinhos, ou com outros, vendendo, através desse negócio, bens ou serviços. Verifica-se que os inquiridos do sexo masculino apresentam uma maior percentagem de gestão de negócios que vendem bens e serviços, relativamente aos do sexo feminino, ao longo dos três anos em estudo. O ano de 2007 é o que apresenta uma maior percentagem de indivíduos envolvidos na atividade empreendedora - 23,6% dos quais são do sexo masculino e 12% do sexo feminino. Os inquiridos do sexo feminino, ao longo do tempo, apresentam uma evolução crescente, o que mostra o interesse crescente por parte das mulheres na atividade empreendedora, com o passar dos anos. Se em 2001 estas

apenas deram 6% de respostas positivas, em 2004 este valor cresceu para 9,5% e, em 2007, para 12%.

Tabela 8:

Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos que gerem um negócio sozinhos, ou juntamente com outros, e através do qual vendem bens ou serviços, por ano e género

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Gestão de um negócio que vende bens e serviços	Não	823	85,8	979	94,0	417	88,2	477	90,5	747	76,4	920	88,0
	Sim	136	14,2	62	6,0	56	11,8	50	9,5	231	23,6	125	12,0
Sub Total		959	100	1.041	100	473	100	527	100	978	100	1.045	100
Total		2.000				1.000				2.023			

Para verificar se a diferença na distribuição dos resultados da Tabela 8 é estatisticamente significativa apresenta-se, na Tabela 9, os resultados para o teste *Mann-Whitney* considerando a hipótese de que homens e mulheres possuem uma distribuição idêntica no que respeita à posse ou gerência de um negócio que vende produtos/serviços.

Tabela 9:

Resultados do teste estatístico Mann-Whitney para análise da existência de diferenças entre género no que respeita à posse ou gerência de um negócio que vende produtos/serviços, nos três anos em análise.

	Ano	Coeficiente	Teste Z	Valor de prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2001	458.100,5	-6,152	0,000***
	2004	121.704,5	-1,206	0,228
	2007	451.432,5	-6,879	0,000***

Notas: ***indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Após a aplicação do teste pode-se concluir que, para os anos de 2001 e 2007, se rejeita a hipótese nula, pois o valor de prova é inferior a um nível de significância de 5%. Logo pode afirmar-se que existem diferenças estatisticamente significativas em termos de género no que respeita à posse, ou gerência, de um negócio que vende produtos/serviços. Para o ano de 2004 o valor de prova apresentado é de 0,228 que implica que se aceite a hipótese nula. Pode-se concluir

que não existe evidência estatística suficiente para afirmar que homens e mulheres não possuem uma igual distribuição no que respeita a posse, ou gerência, de um negócio que venda produtos/serviços.

Na Tabela abaixo apresenta-se a distribuição das respostas dos inquiridos que fazem parte de uma sociedade e que estão envolvidos num negócio. Esta variável está dividida em três categorias designadas por: (i) todo: os envolvidos detêm todo o negócio; (ii) parte: os envolvidos no negócio só detêm parte do negócio; e, (iii) nenhum: os envolvidos no negócio não detêm qualquer parte do negócio.

Tabela 10:

Distribuição, absoluta e relativa, das respostas dos inquiridos envolvidos num negócio e que fazem parte da sociedade, por ano e género

Variável	Ano												
	2001				2004				2007				
	Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Proporção que detém o inquirido no negócio	Todo	70	56,9	31	54,4	41	73,2	38	77,6	67	41,9	42	52,2
	Parte	50	40,7	23	40,4	14	25,0	11	22,4	77	48,1	32	40,0
	Nenhum	3	2,4	3	5,3	1	1,8	0	0,0	16	10,0	6	7,5
	Sub Total	123	100	57	100	56	100	49	100	160	100	80	100
	Total	180				105				240			

Os inquiridos indicam que, na sua maioria, quando se envolvem num negócio o fazem como possuidores de todo o negócio ou como possuidores de parte do negócio. Apenas uma pequena parte indica não possuir nenhuma parte do negócio. Recorde-se que estes valores confirmam o facto de os empreendedores quando decidem empreender o fazem por si e não em nome de outros. Para o ano de 2001, 56,9% dos homens afirmam possuir todo o negócio. O valor baixa para 54,4% para as mulheres. No ano de 2004, observa-se uma evolução positiva relativamente à resposta relativa à posse de todo o negócio. Para as restantes opções de resposta a percentagem de resposta é mais aproximada entre os géneros. No ano de 2007 verifica-se um decréscimo dos inquiridos que respondem que possuem todo o negócio – para o sexo masculino o valor é de cerca de 42%. Quando a opção se refere à posse de apenas parte do negócio o valor das respostas masculinas sobe para os 48%. Os inquiridos do sexo feminino seguem a mesma tendência – cerca de 52% das mulheres empreendedoras é dona de todo o negócio e 40% é detentora de apenas uma parte. Mesmo assim, verifica-se que, em 2007, a percentagem relativamente à posse de todo o negócio é a mais baixa dos três anos em estudo.

A Tabela abaixo (Tabela 11) apresenta a perceção dos inquiridos relativamente ao facto de possuírem, ou não, conhecimento, capacidade e a experiência necessária para começar um negócio. Como foi visto no capítulo anterior, na Europa há consideravelmente menos mulheres

empresárias do que homens. Uma das explicações dadas é que as mulheres empresárias enfrentam as dificuldades inerentes à atividade empresarial mas é, também, frequente que as mulheres não possuam a confiança e as competências necessárias para a criação e a gestão eficaz de uma empresa. Existem várias razões para que assim seja, incluindo a escolha da atividade, as falhas de informação e discriminação de que são alvo, a falta de conhecimentos ou dificuldades na conjugação do trabalho com as obrigações familiares (Comissão Europeia, 2003).

Tabela 11:

Distribuição, absoluta e relativa, da percepção do conhecimento, capacidade e experiência para iniciar um negócio, por ano e género.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Posse de conhecimento, capacidade e experiência para iniciar um negócio	Não	414	47,8	648	68,3	97	37,6	167	61,9	197	29,6	250	40,9
	Sim	453	52,2	301	31,7	161	62,4	103	38,1	469	70,4	361	59,1
	Sub Total	867	100	949	100	258	100	270	100	666	100	611	100
	Total	1.816				528				1.277			

As diferenças relativamente ao género, expostas na Tabela anterior, mostram que os inquiridos do sexo masculino responderam, em maior percentagem, de forma positiva a esta questão. Mais de 50% das mulheres inquiridas não se sentem com capacidade, conhecimento ou experiência para iniciar um negócio. Apenas no ano 2007 se altera esta tendência com o sexo feminino a apresentar 59,1% de respostas positivas. É de facto, notório o aumento do número de mulheres que se sentem com capacidade conhecimento para iniciar um negócio. É possível verificar que em termos de distribuição de respostas existem diferenças entre os géneros. Para testar se tais diferenças são estatisticamente significativas procedeu-se a realização do teste estatístico *Mann-Whitney* para testar a hipótese de que homens e mulheres possuem uma idêntica distribuição de conhecimento, capacidade e experiência para iniciar um negócio. Os resultados apresentam-se na Tabela 12.

Tabela 12:

Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise da existência de diferenças entre género, no que respeita à distribuição do conhecimento, capacidade e a experiência para iniciar um negócio, nos três anos em análise.

	Ano	Coefficiente	Teste Z	Valor de Prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2001	326.926,5	-8,867	0,000***
	2004	26.382,0	-5,567	0,000***
	2007	180.396,5	-4,241	0,000***

Notas: ***Indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Após a sua observação rejeita-se a hipótese. Logo, pode-se concluir que existe evidência estatística suficiente para afirmar que percepção do conhecimento, capacidade e experiência necessários para iniciar um negócio é diferente entre homens e mulheres, para qualquer dos anos em análise. Anteriormente (Tabela 11) já se havia verificado que as mulheres, maioritariamente, não se sentem como conhecimento, capacidade ou experiência para iniciar um negócio e agora (Tabela 12), confirma-se que os resultados são, de facto, estatisticamente significativos. Fatores culturais e sociais, tal como se viu no capítulo anterior, podem explicar esta insegurança das mulheres em relação às suas capacidades e apetências para iniciar um negócio.

A Tabela 13 cruza a ideia de que o medo do fracasso pode impedir o início de um negócio. Este aspeto foi referido pela Sociedade Portuguesa de Inovação (2004) e por Silva et al. (2008). Estes autores referem que os portugueses têm medo do fracasso e que isso os impede de iniciar novos negócios, uma vez que a cultura portuguesa penaliza o insucesso nos negócios. Observando os dados apresentados na Tabela abaixo esta conclusão não se confirma em termos da distribuição, absoluta e relativa, das respostas.

Tabela 13:

Distribuição, absoluta e relativa, da percepção dos inquiridos relativamente ao facto do medo do fracasso impedir a criação de um negócio, por ano e género.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Medo/receio de fracasso como factor limitador da actividade empreendedora	Não	568	64,0	532	55,5	171	65,5	142	54,0	466	69,4	379	62,4
	Sim	319	36,0	428	44,5	90	34,5	121	46,0	205	30,6	228	37,6
	Sub Total	887	100	960	100	261	100	263	100	671	100	607	100
	Total	1.847				524				1.278			

Pode-se verificar que, tanto os inquiridos do sexo masculino como os do sexo feminino, respondem que o medo do fracasso não os impede de iniciar um novo negócio. No ano de 2004 tem-se uma percentagem de respostas para o sexo masculino de 64% e para o sexo feminino de 55,5%. Para 2007 esta tendência mantém-se. Os inquiridos continuam a responder que o medo do fracasso não os impede de iniciar um novo negócio. Sendo que os inquiridos do sexo masculino respondem sempre em maior percentagem que não têm medo do fracasso relativamente aos inquiridos do sexo feminino. Para confirmar, ou não, se existem semelhanças estatisticamente significativas entre os géneros relativamente ao medo do fracasso poder impedir a criação de um negócio procedeu-se à realização do teste estatístico *Mann-Whitney*. A hipótese que se testa é a de que não existem diferenças entre os géneros relativamente ao medo do fracasso como fator de entrave à atividade empreendedora. Os resultados apresentam-se na Tabela 14.

Tabela 14:

Resultados do teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças por género no que respeita ao sentimento de medo como fator de entrave à atividade empreendedora, nos anos em análise.

	Ano	Coefficiente	Teste Z	Valor de Prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2001	390.268,0	-3,732	0,000***
	2004	30.366,0	-2,687	0,007**
	2007	189.372,0	-2,643	0,008**

Notas: **indica significância estatística para o nível de significância de 5% e *** indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Após análise dos resultados do teste estatístico verifica-se que, para todos os anos em estudo, se rejeita a hipótese. O medo de fracassar como fator de entrave à atividade empreendedora pode não ser um fator que influencia, de igual forma, homens e mulheres. Verifica-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres e que a literatura citada anteriormente deve ser tida em consideração quando se explica a diferença na atividade empreendedora entre homens e mulheres. O medo do fracasso pode limitar o empreendedorismo, em particular, o empreendedorismo feminino.

Como também antes foi visto (Freire et al., 2011; Minniti & Naude, 2010; Winkler & Medeiros, 2011), questões culturais e sociais fazem com que a sociedade não veja com tão “bons olhos” o facto de uma mulher se tornar empresária por não ser este o “papel” que, sociológica e historicamente, lhe é atribuído. Para analisar esta questão apresenta-se a Tabela seguinte (Tabela 15) em que se pode visualizar a distribuição da perceção dos inquiridos relativamente ao facto de, em Portugal, ser visto (ou não) com “bons olhos” o facto de se ser empreendedor.

Para o ano de 2004 e 2007 ambos os géneros respondem, maioritariamente, que iniciar um negócio como escolha de carreira é bem visto em Portugal. As respostas positivas são, para ambos os géneros, superiores a 60%. Relativamente à variação das respostas do ano 2004 para 2007 não se verificam alterações significativas, para ambos os sexos. Apesar disso, deve referir-se que, para o sexo feminino, se verifica um decréscimo de 2% nesta perceção positiva e para o sexo masculino existe um acréscimo de 1,7%. Culturalmente não parece que as mulheres se sintam discriminadas, relativamente aos homens, quando decidem iniciar um negócio.

Tabela 15:

Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos sobre se iniciar um negócio é uma escolha desejável de carreira, por ano e género⁸.

Variável		Ano							
		2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Tornar-se empreendedor é algo visto com "bons olhos"	Não	88	35,5	83	32,8	222	33,8	218	34,7
	Sim	160	64,5	170	67,2	434	66,2	410	65,3
	Sub Total	248	100	253	100	656	100	628	100
	Total	501				1.284			

Se na Tabela 15 se mostra o quanto se é "bem visto", em Portugal, quando se escolhe, como carreira, ser empreendedor, na Tabela 16 pode visualizar-se a perceção dos inquiridos sobre se o sucesso no lançamento de um novo negócio, em Portugal, lhes traz estatuto e um nível de respeito mais elevado. Estas duas questões estão particularmente relacionadas porque mostram o quanto uma determinada sociedade pode ser importante para determinar a sua taxa de atividade empreendedora.

⁸ Tal como já foi referido, a falta de informação estatística para alguns anos deve-se ao facto da questão não ter sido formulada pelo questionário GEM nos anos em causa.

Tabela 16:

Distribuição, absoluta e relativa, da percepção dos inquiridos sobre se o sucesso na criação de um novo negócio lhes traz estatuto e nível de respeito, por ano e género.

Variável		Ano							
		2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
O sucesso na criação de um negócio traz estatuto e um maior nível de respeito	Não	105	41,8	82	33,9	205	31,6	200	33,3
	Sim	146	58,2	160	66,1	444	68,4	401	66,7
	Sub Total	251	100	242	100	649	100	601	100
	Total	493				1.250			

Para o ano de 2004 e 2007 os inquiridos do sexo masculino e os do sexo feminino respondem, em maioria, de forma positiva - os portugueses vêem o sucesso da criação de um novo negócio como algo que dá estatuto e respeito perante a sociedade. O sexo feminino, em 2004, apresenta uma percentagem de respostas positiva de 66,1% enquanto as do sexo masculino são de 58,2%. Para o ano de 2007 ambos os géneros aumentam a percentagem de respostas positivas - o sexo feminino apresenta uma percentagem de respostas positivas de 66,7% e o sexo masculino de 68,4%. Ter sucesso, nos negócios, parece gerar o respeito da sociedade, independentemente do empreendedor ser um homem ou uma mulher.

Para consolidar os resultados obtidos nas duas tabelas anteriores e verificar se não existem diferenças estatisticamente significativas entre os géneros relativamente ao facto do sucesso na criação de um novo negócio ser visto como algo que dá estatuto e respeito perante a sociedade e, também, como algo que é visto com “bons olhos” pela restante população apresentam-se os resultados do teste estatístico *Mann-Whitney*. Na Tabela 17 mostram-se os resultados dos testes com as seguintes hipóteses para as variáveis designadas, de forma simples, “estatuto” e “bons olhos”, respetivamente. Pretende-se testar se a percepção de que o sucesso na criação de um novo negócio gera um estatuto e nível de respeito mais elevados é idêntica entre homens e mulheres e se a percepção de que a criação de um novo negócio é algo bem visto pela sociedade é idêntica entre homens e mulheres.

Tabela 17:

Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney, para análise da percepção por género no que respeita à forma como a sociedade valoriza a criação de negócios e confere estatuto aos empreendedores, nos anos em análise.

Teste estatístico Mann-Whitney	Ano	Variáveis	Coeficiente	Teste Z	Valor de Prova
	2004	Estatuto	26.197,0	-1,816	0,069*
		Bons olhos	27.375,0	-0,631	0,528
	2007	Estatuto	167.815,0	-0,638	0,524
		Bons olhos	183.884,0	-0,329	0,742

Notas: * indica significância estatística para o nível de significância de 10%

Relativamente à variável “estatuto” pode concluir-se que não se rejeita a hipótese em 2007. Assim, conclui-se que não existe evidência estatística suficiente para afirmar que a percepção de que o sucesso na criação de um novo negócio é distinta entre homens e mulheres. No entanto, em 2004, para um nível de significância de 10% não é possível afirmar com certeza estatística que não haja diferenças na percepção de como os homens e mulheres sentem que a sociedade valoriza o seu esforço empreendedor. Estes resultados mostram que existiu uma evolução positiva na forma como as mulheres sentem que a sociedade portuguesa valoriza o seu esforço empreendedor. Para a variável “bons olhos”, para o ano 2004 e 2007 e para um nível de significância de 5%, não é possível afirmar, com certeza estatística, que não haja semelhanças na percepção de como de que a criação de um novo negócio é algo bem visto pela sociedade entre homens e mulheres.

A forma como a sociedade valoriza o esforço empreendedor dos seus cidadãos pode ainda ser analisada recorrendo a uma terceira variável – a percepção dos inquiridos sobre como a comunicação social apresenta casos de sucesso em novos negócios. A Tabela 18 permite visualizar a distribuição de respostas por ano e género.

Tabela 18:

Distribuição, absoluta e relativa, da percepção dos inquiridos relativa ao destaque dado a negócios de sucesso nos meios de comunicação social, por ano e género.

Variável		Ano							
		2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Destaque dado a negócios de sucesso na comunicação social	Não	162	61,6	185	68,3	295	42,9	356	53,8
	Sim	101	38,4	86	31,7	393	57,1	306	46,2
	Sub Total	263	100	271	100	688	100	662	100
	Total	534				1.350			

Os inquiridos parecem considerar que, em Portugal, a comunicação social não dá suficiente destaque a criação de empresas de sucesso. No entanto, com o passar dos anos esta tendência veio a alterar-se, mais significativamente, para os inquiridos do sexo masculino – se em 2004 a percentagem de respostas positivas foi de 38,4 em 2007 passa para 57,1. Para o sexo feminino esta percepção é mais baixa – tendo sido crescente não o foi tão significativamente como para o sexo masculino. Em 2004 apenas apresenta 31,7% das mulheres inquiridas afirma ver na comunicação social a apresentação de casos de sucesso empresarial. Em 2007 o valor sobe para os 46,2%. Estes resultados são importantes porque podem indicar que os homens estão mais atentos à informação sobre o empreendedorismo de que as mulheres talvez porque estejam mais interessados em empreender.

As Tabelas anteriores descrevem percepções sobre a sociedade e o empreendedorismo assim como as motivações que levam em indivíduo a tornar-se empreendedor. Nas Tabelas seguintes, serão apresentados resultados efetivos sobre a atividade empreendedores em Portugal e sobre os seus resultados.

Na Tabela 19 apresenta-se a distribuição dos indivíduos que iniciaram um novo negócio tendo conseguido pagar salários ou executar pagamentos de qualquer outro tipo (incluindo ao próprio empreendedor) por mais de 3 meses

Tabela 19:

Distribuição, absoluta e relativa, de empreendedores que criam um novo negócio e pagaram salários e outros pagamentos, incluindo ao próprio empreendedor, por mais de três meses, por ano e género.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Criação de negócios com pagamento de salários ou outros por mais de 3 meses	Não	26	61,9	10	66,7	8	88,9	8	72,7	58	63,7	32	61,5
	Sim	16	38,1	5	33,3	1	11,1	3	27,3	33	36,3	20	38,5
	Sub Total	42	100	15	100	9	100	11	100	91	100	52	100
	Total	57				20				143			

Na Tabela mostra-se que os inquiridos afirmam, na sua maioria, que conseguem ainda pagar salários ou realizar outro tipo de pagamentos, incluído o do próprio empreendedor. Esta situação é semelhante para ambos os géneros. Comparando o ano de 2001 e o ano de 2004, existe um decréscimo significativo relativamente às respostas positivas para ambos os géneros. Esta situação é mais notória para o sexo masculino (38,1%, em 2001, e 11,1%, em 2004). Os inquiridos do sexo feminino também apresentam um decréscimo do ano 2001 para 2004 embora em menor percentagem que os do sexo masculino.

Os dados apresentados mostram que os negócios criados, na sua maioria, ainda não conseguem pagar os salários por mais de três meses. Note-se, no entanto, que tal não significa que tais negócios apresentam problemas financeiros já que a taxa de criação de negócios novos é bastante elevada.

Ora, sendo negócios novos é importante perceber se quando são criados existe a perceção de que os potenciais clientes podem achar os produtos fornecidos inovadores, tendo em conta os padrões de consumo habituais. A Tabela 20 apresenta os resultados relativamente à perceção dos empreendedores sobre se os potenciais clientes da empresa irão achar o negócio e o produto inovador, e não familiar, de acordo com os seus padrões de consumo. A análise é feita considerando a proporção de clientes que pode considerar o produto/serviço inovador, dividindo-se tal proporção em três categorias: (i) todos os clientes acham o produto/serviço inovador, (ii) só alguns clientes é que o consideram desta forma e, (iii) nenhum dos clientes o considera inovador.

Tabela 20:

Distribuição, absoluta e relativa, da percepção dos empreendedores sobre se os potenciais clientes do negócio consideram o produto/serviço novo e não familiar, por ano e género.

Variável		Ano							
		2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
O produto/serviço é considerado inovador pelos potenciais clientes	Por todos os potenciais clientes	5	45,5	5	41,7	47	50,5	24	47,1
	Por alguns potenciais clientes	6	54,5	5	41,7	35	37,6	23	45,1
	Por nenhum dos potenciais clientes	0	0,0	2	15,7	11	11,8	4	7,8
Sub Total		11	100	12	99	93	100	51	100
Total		23				144			

Na Tabela pode visualizar-se que os inquiridos têm a percepção de que os seus potenciais clientes vão considerar o seu negócio novo e não familiar – a percepção de que o seu produto/serviço é inovador, é importante. Para os homens tal percepção é, no entanto, mais evidente que para as mulheres. Em 2007, 50,5% dos homens considera que todos os potenciais clientes vão achar produto/serviço inovador. Neste ano apenas 11,8% dos homens considera que nenhum dos potenciais clientes vai considerar o produto/serviço inovador. Para o mesmo ano verifica-se que 47,1% das mulheres considera que todos os seus potenciais clientes vão achar o negócio inovador enquanto só 7,8% das mesmas escolheu a opção da não inovação. Ao longo do tempo temos para a primeira opção (por todos os potenciais clientes) uma evolução positiva para ambos os sexos.

Associado com a percepção de inovação surge o conceito de concorrência. A Tabela 21 mostra a percepção dos inquiridos relativamente à concorrência que o seu negócio pode enfrentar. A análise é feita considerando três categorias de concorrência: (i) existência de muitos concorrentes (concorrência forte), (ii) existência de poucas empresas competidoras (concorrência fraca) e, (iii) inexistência de concorrentes.

Verifica-se que, tanto homens como mulheres, têm a percepção de que existe muita concorrência aos seus negócios. Os inquiridos do sexo feminino são os que apresentam maior percentagem de respostas que indicam a existência de menos concorrentes. No entanto, é apenas uma pequena percentagem que o afirma. Em 2004, nenhum (0%) inquirido do sexo masculino considerava possuir um negócio sem concorrentes este número aumentou para 11,8% em 2007. Em 2004, 16,7% das mulheres afirma que o seu negócio não tem concorrentes. Em 2007 a percentagem decresce para 7,8%. O facto da percepção relativa à inovação não ser claramente positiva explica o facto de os novos empresários perceberem que a concorrência pode ser relativamente forte no seu ramo de atividade. As mulheres sentem-no mais que os homens.

Tabela 21:

Distribuição, absoluta e relativa, da percepção dos inquiridos sobre se outro negócio oferece os mesmos produtos ou serviços aos potenciais clientes, por ano e género.

Variável	Ano								
	2004				2007				
	Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Percepção da concorrência associada ao negócio	Muitos concorrentes	5	45,5	5	41,7	47	50,5	24	47,1
	Poucos concorrentes	6	54,5	5	41,7	35	37,6	23	45,1
	Sem concorrentes	0	0,0	2	16,7	11	11,8	4	7,8
Sub Total		11	100	12	100	93	100	51	100
Total		23				144			

Associadas à inovação encontram-se as novas tecnologias. Os portugueses, quando questionados sobre a disponibilidade de novas tecnologias que podem ser implementadas nos seus negócios, de forma a produzir produtos e serviços, apresentam os resultados que se mostram na Tabela 22.

Tabela 22:

Distribuição, absoluta e relativa, da percepção dos inquiridos sobre se estão disponíveis as tecnologias ou os procedimentos necessários para a produção, por ano e género

Variável	Ano						
	2007						
	Masculino		Feminino		Total		
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Tecnologias	Menos de um ano	15	16,3	9	18,0	24	11,5
	Entre um, dois e cinco anos	22	23,9	12	24,0	34	16,8
	Mais de cinco anos	55	59,8	29	58,0	84	42,1
Total		92	100	50	100	142	100

Os resultados dividem-se em 3 categorias que explicitam há quando tempo é que os inquiridos possuem tecnologias nos seus negócios: (i) menos de um ano, (ii) entre um, dois e cinco anos e, (iii) mais de cinco anos. Pode-se verificar que, para a opção referente à posse de tecnologia há menos de um ano, os inquiridos do sexo feminino respondem em maior percentagem (18%) relativamente aos do sexo masculino (16,3%). A opção da posse de tecnologias entre um, dois e

cinco anos os inquiridos reúne percentagens semelhantes para ambos os géneros (cerca de 24%). Para a última opção os inquiridos do sexo masculino apresentam uma maior percentagem ainda que pouco relevante - 59,8% comparativamente aos 58% das mulheres. Após esta análise pode-se concluir que em matéria de tecnologias ambos os géneros a utilizam nos seus negócios.

Com a globalização e a crescente importância do fenómeno das exportações numa pequena economia aberta com um reduzido mercado interno, como o português, é importante perceber qual a perceção dos empreendedores relativamente à possibilidade de internacionalizar os seus produtos. Na Tabela seguinte (Tabela 23) pode visualizar-se a perceção dos inquiridos sobre a percentagem da quantidade de clientes que habita, normalmente, no estrangeiro e a evolução de tal perceção ao longo do tempo. Esta variável permite aferir do nível de internacionalização do negócio, ao nível da produção realizada. A distribuição das observações divide-se em 6 categorias percentuais que se apresentam na tabela.

Tabela 23:

Distribuição, absoluta e relativa, da perceção dos inquiridos sobre a percentagem de clientes que habita normalmente no estrangeiro, por ano e género.

Variável		Ano							
		2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Percentagem de clientes que habitam normalmente no estrangeiro	91%- 100%	1	12,5	1	9,1	5	5,7	3	6,0
	76%-90%	0	0,0	0	0,0	2	2,3	2	4,0
	51%-75%	0	0,0	0	0,0	5	5,7	3	6,0
	26%-50%	1	12,5	0	0,0	4	4,6	2	4,0
	11%-50%	0	0,0	0	0,0	5	5,7	3	6,0
	1%-10%	1	12,5	4	36,4	41	47,1	20	40,0
	Nenhum	5	62,5	6	54,5	25	28,7	17	34,0
Sub Total	8	100	11	100	87	100	50	100	
Total			19			137			

Na Tabela mostra-se que ainda são poucas as empresas portuguesas que têm clientes habituais no estrangeiro. Pode-se verificar que, quanto ao género, os inquiridos do sexo feminino são os que têm maior percentagem de clientes no estrangeiro. Mesmo assim, para o ano de 2004, a percentagem é maior para os que não tem nenhum cliente no estrangeiro (54,5%). Em 2007 a situação altera-se - tanto os inquiridos do sexo masculino como os do sexo feminino já apresentam uma maior percentagem de clientes no estrangeiro.

2.2.2. A taxa de atividade empreendedora *early-stage*, por género

Os dados individuais recolhidos pelo GEM permitem calcular alguns indicadores agregados da taxa de atividade empresarial de um país. Um dos mais importantes indicadores de comparação da atividade empreendedora criados pelo GEM é o indicador designado por TEA *early-stage*^{9,10}. Na Tabela que se segue (Tabela 24) apresenta-se a distribuição da atividade empreendedora para os inquiridos envolvidos em estágios iniciais de criação de negócios.

Tabela 24:

*Distribuição, absoluta e relativa, da taxa de atividade empreendedora (TEA) *early-stage*, por ano e género.*

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Inquiridos envolvidos na TEA- <i>early-stage</i>	Não	887	92,5	1.013	97,3	454	96,0	510	96,8	862	88,1	979	93,7
	Sim	72	7,5	28	2,7	19	4,0	17	3,2	116	11,9	66	6,3
	Sub Total	959	100	1.041	100	473	100	527	100	978	100	1.045	100
	Total	2.000				1.000				2.023			

Apenas uma minoria dos inquiridos afirma estar envolvido em atividade empreendedora *early-stage*. Os inquiridos do sexo feminino apresentam uma evolução positiva no tempo relativamente a estarem envolvidos na TEA. No entanto, os inquiridos do sexo masculino apresentam, em todos os anos em estudo, uma TEA sempre superior aos do sexo feminino. Analisado o ano de 2007 verifica-se para o sexo masculino uma TEA de 11,9% (em 2001 era de 7,5% e em 2004 era de 4%) e para o sexo feminino uma TEA de 6,3% (em 2001 era de 2,7% e em 2004 era de 3,2%).

Para uma mais completa análise da distribuição desta variável, por género, procedeu-se à realização do teste estatístico *Mann-Whitney*. para testar a hipótese de que não existem diferenças, por género, relativamente a taxa de atividade empreendedora *early-stage* (TEA) (os resultados apresentam-se na Tabela 25).

⁹ Como já foi referido, no capítulo anterior adota-se pela utilização da designação original (em língua inglesa) do indicador.

¹⁰ Recorde-se que a taxa de Atividade Empreendedora *early-stage* (TEA) mede a quantidade de indivíduos ativos que participam quer num negócio em fase nascente quer na gestão de um novo negócio (negócios até 42 meses de atividade).

Tabela 25:

Resultados do teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças, por gênero, no que respeita à taxa de atividade empreendedora early-stage, nos anos em análise

	Ano	Coefficiente	Teste Z	Valor de Prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2001	475.109,5	-4,938	0,000***
	2004	123.649,5	-0,670	0,503
	2007	482.669,0	-4,355	0,000***

Notas: ***indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Do teste estatístico resulta que, em 2001 e 2007, o valor de significância estatística é inferior a 1% logo rejeita-se a hipótese nula. Ou seja, existe evidência estatisticamente significativa para afirmar com 99% de certeza que existem diferenças entre os gêneros relativamente à taxa de atividade empreendedora *early-stage*. Para o ano de 2004 conclui-se que não existe evidência estatística suficiente para afirmar que há diferenças entre os gêneros relativamente à taxa de atividade empreendedora. Conclui-se, assim, que, em 2001 e 2007, existem diferenças estatísticas significativas entre homens e mulheres no que respeita a taxa de atividade empreendedora *early-stage*.

Nas duas tabelas seguintes (Tabelas 26 e 27) é possível visualizar o nível de atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade e por necessidade, respetivamente.

Tabela 26:

Distribuição, absoluta e relativa, da taxa de atividade empreendedora early-stage por oportunidade, por ano e gênero.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Inquiridos envolvidos na TEA <i>early-stage, por oportunidade</i>	Não	907	94,6	1.024	98,4	457	96,6	516	97,9	877	89,7	991	94,8
	Sim	52	5,2	17	1,6	16	3,4	11	2,1	101	10,1	54	5,2
	Sub Total	959	100	1.041	100	473	100	527	100	978	100	1.045	100
	Total	2.000				1.000				2.023			

Tabela 27:

Distribuição, absoluta e relativa, da taxa de atividade empreendedora early-stage por necessidade, por ano e gênero.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Inquiridos envolvidos na TEA early-stage, por necessidade	Não	949	99,0	1.031	99,0	470	99,4	521	98,9	969	99,1	1.037	99,2
	Sim	10	1,0	10	1,0	3	0,6	6	1,1	9	0,9	8	0,8
	Sub Total	959	100	1.041	100	473	100	527	100	978	100	1.045	100
Total		2.000				1.000				2.023			

Anteriormente, na Tabela 3, foi abordado o motivo para que um indivíduo crie um negócio. Foi possível observar que os homens tiram maior partido das oportunidades de negócio relativamente as mulheres. Verificou-se, ainda, que as mulheres responderam, em maior percentagem, que criaram um negócio por inexistência de melhores opções de trabalho. Agora, pela observação conjunta das duas tabelas seguintes, confirma-se que os inquiridos estão mais envolvidos na atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade do que por necessidade

Na tabela 26 verifica-se que há mais inquiridos do sexo masculino envolvidos na atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade, como se esperava dada a análise anterior. Em 2007 verifica-se um aumento do número de inquiridos que responde estar envolvido na atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade sendo que este aumento se verifica para ambos os gêneros. No ano de 2001 os inquiridos do sexo masculino têm percentagem de 5,2% e os do sexo feminino 1,6%, enquanto, para ano de 2007, o sexo masculino apresenta uma percentagem de 10,1% e o sexo feminino de 5,2 %. No que respeita à atividade empreendedora *early-stage* por necessidade (Tabela 27), a percentagem entre os gêneros é muito similar, sendo que em 2001 a percentagem entre os gêneros é mesmo igual (1%).

Para se obter uma conclusão estatisticamente mais exata sobre se existem diferenças entre os gêneros relativamente à atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade realizou-se o teste estatístico *Mann-Whitney* para testar a hipótese de que não existem diferenças entre os gêneros relativamente à taxa de atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade.

Tabela 28:

Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças, por gênero, no que respeita à taxa de atividade empreendedora early-stage por oportunidade, nos anos em análise.

	Ano	Coeficiente	Teste Z	Valor de Prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2001	480.245,0	-4,637	0,000***
	2004	123.021,0	-1,261	0,207
	2007	484.638,5	-4,359	0,000***

Notas: ***indica significância estatística para o nível de significância de 1%

O teste *Mann-Whitney* apresentado na Tabela 28 permite verificar que existe evidência estatisticamente suficiente para afirmar com 99% de certeza que existem diferenças entre os gêneros e a atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade, nos anos de 2001 e 2007. Para 2004 não é possível chegar à mesma conclusão: Uma vez que o nível de significância está acima dos 20% não se rejeita a hipótese nula.

O teste repetiu-se para a taxa de atividade empreendedora *early-stage* por necessidade. Ou seja, testa-se que não existem diferenças entre os gêneros relativamente à taxa atividade empreendedora *early-stage* por necessidade.

Tabela 29:

Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças, por gênero, no que respeita à taxa de atividade empreendedora early-stage por necessidade, nos anos em análise

	Ano	Coeficiente	Teste Z	Valor de prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2001	498.749,5	-0,184	0,854
	2004	124.007,0	-0,843	0,399
	2007	510.214,5	-0,381	0,703

Verifica-se que, para todos os anos em estudo, o valor de significância é superior a 10%, assim não se rejeita a hipótese nula. Logo pode-se concluir que existe evidência estatisticamente suficiente para afirmar que não existem diferenças entre os gêneros no que respeita à taxa de atividade empreendedora *early-stage* por necessidade.

Após a análise dos testes estatísticos relativos à taxa de atividade empreendedora *early-stage* por oportunidade e necessidade presentes nas Tabelas 28 e 29, respetivamente, verifica-se que só para a taxa de atividade empreendedora *early-stage* por necessidade, para todos os anos em estudo, não existem diferenças estatisticamente significativas entre os géneros. As mulheres não criam negócios por necessidade a uma taxa estatisticamente distinta daquela observada para os homens. No entanto, quando por trás da criação de um negócio está o aproveitamento de uma oportunidade são os homens a aproveitá-la e não as mulheres. Esta situação foi referida na literatura. Allen et al. (2007) afirma que a percentagem de empreendedores masculinos que inicia um negócio para aproveitar uma oportunidade é maior do que a de empreendedores do género feminino. Por contraste, não existe diferença que seja estatisticamente relevante, em termos de género, no que respeita ao empreendedorismo por necessidade. Refira-se que “o empreendedorismo induzido pela necessidade decorre da ausência de outras oportunidades de emprego, ou pelo menos de oportunidades aceitáveis de emprego, orientando os indivíduos para a criação de uma nova empresa, dado estes considerarem não possuir melhores alternativas” (GEM, 2007, p. 18). Algumas das razões principais que levam as mulheres a empreender prendem-se com a satisfação das necessidades financeiras, a autorrealização e a necessidade de conseguir alcançar uma melhor gestão do trabalho e da família porque acreditam que assim têm uma maior agilidade para lidar com ambas as responsabilidades (Greene et al., 2007)

A seguir apresenta-se a distribuição dos inquiridos envolvidos ativamente numa *start-up*¹¹ (ou seja, num negócios nascente), juntamente com o proprietário, e relativamente ao qual ainda não é possível receber salário.

Tabela 30:

Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos envolvidos ativamente numa start-up, por ano e género.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Participação Activa numa <i>start-up</i>	Não	930	97,0	1.030	98,9	462	97,7	518	98,3	916	93,7	1.007	96,4
	Sim	29	3,0	11	1,1	11	2,3	9	1,7	62	6,3	38	3,6
	Sub Total	959	100	1.041	100	473	100	527	100	978	100	1.045	100
	Total	2.000				1.000				2.023			

Os inquiridos afirmam, de um modo geral, que não estão ativamente envolvidos numa *start-up* sem que tenham ainda recebido salário por esta atividade. No que respeita ao género, os inquiridos do sexo feminino apresentam uma evolução positiva nos anos em estudo, no entanto,

¹¹ O conceito de *start-up* é frequentemente utilizado em Portugal para designar um negócio nascente, estando já incluído no léxico relacionado com o empreendedorismo é, por isso também a expressão utilizada neste trabalho.

os inquiridos do sexo feminino apresentam sempre valores inferiores aos do sexo masculino. Em 2007, a percentagem dos inquiridos do sexo masculino que estão envolvidos em *start-up*, com o proprietário, é de 6,3%, enquanto para o sexo feminino é de 3,6%. Para consolidar estes resultados procedeu-se à realização do teste estatístico *Mann-Whitney* para verificar se existem diferenças entre os géneros. Testa-se a hipótese de que não existem diferenças entre os géneros relativamente à participação ativa numa *start-up*;

Tabela 31:

Resultados do teste estatístico Mann-Whitney, para análise das diferenças por género no que respeita à participação ativa numa start-up, nos anos em análise.

	Ano	Coeficiente	Teste Z	Valor de Prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2001	489.339,5	-3,139	0,002**
	2004	123.865,5	-0,696	0,486
	2007	497.192,0	-2,802	0,005**

Notas: **indica significância estatística para o nível de significância de 5%

Após a análise dos resultados do teste (Tabela 31) verificou-se que, tanto em 2001 como em 2007, o valor de significância é inferior a 5% rejeitando-se a hipótese. Logo, existe evidência estatisticamente significativa para afirmar, com 95% de certeza, que existem diferenças entre os géneros relativamente ao seu envolvimento ativo numa *start-up*. Para o ano de 2004 a conclusão é oposta. Esta situação vem confirmar que, entre os géneros, existem diferenças significativas na criação de novos negócios e de que os homens continuam mais envolvidos na atividade empreendedora do que as mulheres.

Na Tabela 32 pode visualiza-se o número atual de empregos em empresas consideradas no cálculo da TEA. Este indicador reveste-se de importância na análise porque permite perceber se a atividade empregadora tem um efeito positivo sobre a sociedade (através da criação de empregos e, conseqüentemente, de riqueza).

Tabela 32:

Distribuição, absoluta e relativa, do número atual de empregados gerados no contexto da TEA, por ano e gênero.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Número de empregos gerados no contexto da TEA	Nenhum emprego	12	33,3	8	50,0	4	36,4	5	71,4	9	17,0	12	36,6
	1-5 empregos	19	52,8	8	50,0	7	63,6	5	71,4	34	64,2	12	36,4
	6-19 empregos	3	8,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	7,5	1	3,0
	20 + empregos	2	5,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	11,3	1	3,0
	Sub Total	36	100	16	100	11	100	10	143	53	100	26	79
	Total	52				21				79			

A variável apresenta quatro categorias em termos de criação de emprego. Para a categoria de negócios criados que não geram emprego, o sexo feminino apresenta uma maior percentagem de respostas em relação ao sexo masculino. Por exemplo, em 2007 cerca de 37% das mulheres está envolvida em atividade empresarial que não gera emprego enquanto este valor desde para os 17% no caso dos homens. Na categoria seguinte – negócios que geram de 1 a 5 empregos – verifica-se uma maior percentagem de respostas para o sexo masculino e a evoluírem de forma positiva ao longo dos anos em estudo (52,8% em 2001, 63,6% em 2004 e 64,2% em 2007). Nesta categoria as mulheres apresentam os mesmos valores que apresentam na categoria anterior. Na terceira e quarta categorias – que inclui negócios que geraram 6 a 19 postos de trabalho e mais de 20 empregos, respetivamente, o sexo masculino é o que possui sempre uma percentagem de respostas superior Na Tabela seguinte (Tabela 33) está apresentado o teste estatístico *Mann-Whitney* para a hipótese de que não existem diferenças entre os géneros no que respeita ao número de postos de trabalho gerados em negócios que definem a TEA.

Só para o ano de 2007 e para a categoria relativa à não criação de emprego se pode afirmar com 95% de certeza que existem diferenças de género. Para todas as restantes categorias, em ambos os anos, não se rejeita a hipótese nula. Logo não existe evidência estatística significativas para afirmar que existem diferenças entre os géneros e o número atual de empregos associados à TEA.

Tabela 33:

Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney, para análise das diferenças por ano e género no que respeita à criação de empregos gerados no contexto da TEA, nos anos em análise

		Ano	Variáveis	Coeficiente	Teste Z	Valor de prova
Teste estatístico Mann-Whitney	2004		Nenhum emprego	25,0	-1,410	0,159
			1-5 empregos	25,0	-1,410	0,159
			6-19 empregos	38,5	0,000	1,000
			20 + empregos	38,5	0,000	1,000
	2007		Nenhum emprego	705,0	-2,023	0,043**
			1-5 empregos	817,0	-0,606	0,544
			6-19 empregos	835,0	-0,865	0,387
			20 + empregos	802,0	-1,359	0,174

Notas: ** indica significância estatística para o nível de significância de 5%

Na Tabela 34 pode visualizar-se o número atual de empregos gerados por proprietários efetivos de negócios (a variável propriedade efetiva de um negócio designa-se por *Established Business*¹² e apresenta-se através da sigla EB). As categorias de empregos gerados são idênticas às apresentadas na Tabela 33.

Tabela 34:

Distribuição, absoluta e relativa, do número atual de empregos gerados por proprietários efetivos de negócios, por ano e género.

Variável		Ano											
		2001				2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Empregos gerados por proprietários efectivos de negócios	Nenhum emprego	18	30,5	8	28,6	16	42,1	18	58,1	5	5,2	11	24,4
	1-5 empregos	32	54,2	12	42,9	14	36,8	9	29,0	54	55,7	22	48,9
	6-19 empregos	6	10,2	4	14,3	5	13,2	0	0,0	25	25,8	5	11,1
	20 + empregos	3	5,1	4	14,3	3	7,9	4	12,9	13	13,4	7	15,6
	Sub Total	59	100	28	100	38	100	31	100	97	100	45	100
Total		87				69				142			

¹² Para efeitos de comparação com estudos de âmbito internacional mantêm-se algumas designações originais em língua inglesa, como é o caso do indicador EB.

Para a opção nenhum emprego, no ano de 2001, encontra-se uma percentagem de 30,5% de homens e 28,6% de mulheres. Para os restantes anos, e para a mesma opção, as mulheres apresentam sempre uma maior percentagem em relação aos homens. Já a opção de criação de 1 a 5 empregos apresenta, para todos os anos em estudo, uma maior percentagem para os inquiridos do sexo masculino (54,2%, 36,8% e 55,7%) em relação aos do sexo feminino (42,9%, 29,0% e 48,9%). Conclui-se que de um modo geral os inquiridos do sexo masculino geram mais empregos nos seus negócios do que os inquiridos do sexo feminino. Esta conclusão pode retirar-se quer se esteja a analisar a TEA (Tabela 33) como a variável posse efetiva (Tabela 34) de um negócio. Comparando as duas tabelas, conclui-se que o número de empregos para os indivíduos incluídos em EB é maior do que para os indivíduos incluídos em TEA.

No capítulo de enquadramento teórico do empreendedorismo por género foi referido que são as mulheres as que, com maior probabilidade, encerram os seus negócios mais cedo (Machado, 2002). Tendo em conta, estas afirmações é importante verificar a distribuição das respostas relativas aos inquiridos que venderam, fecharam ou desistiram do seu próprio negócio nos 12 meses anteriores à realização do questionário. A Tabela 35 apresenta tal distribuição.

Tabela 35:

Distribuição, absoluta e relativa, dos inquiridos que desistiram do seu negócio próprio nos 12 meses anteriores ao questionário, por ano e género.

Variável		Ano							
		2004				2007			
		Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
Venda, encerramento ou desistência de um negócio	Não	467	98,9	521	98,9	924	94,6	1.018	97,4
	Sim	5	1,1	6	1,1	53	5,4	27	2,6
	Sub Total	472	100	527	100	977	100	1.045	100
	Total	999				2.022			

Em geral, os inquiridos não desistiram, encerraram ou venderam os seus negócios nos 12 meses antes da realização do questionário. Em 2004 apenas 1,1% dos inquiridos, para ambos os géneros, afirma ter desistido, vendido ou encerrado o seu negócio. No ano de 2007 existe uma ligeira subida das respostas positivas sendo que 5,4% dos inquiridos do sexo masculino e 2,6% do sexo feminino afirmam ter vendido, encerrado ou desistido do seu negócio. Para analisar com maior exatidão se a venda, desistência ou encerramento do negócio está relacionado com o género dos indivíduos géneros, e não apenas como o facto de também ser maior o número de homens que iniciam negócios, procedeu-se a realização do teste estatístico *Mann-Whitney* para verificar se não existem diferenças entre os géneros no que se refere à venda, encerramento e desistência do negócio.

Tabela 36:

Resultados do Teste estatístico Mann-Whitney para análise das diferenças por género no que respeita à venda, encerramento e desistência do negócio, nos anos em estudo

	Ano	Coefficiente	Teste Z	Valor de Prova
Teste estatístico <i>Mann-Whitney</i>	2004	124.273,0	-0,120	0,905
	2007	495.979,5	-3,274	0,001***

Notas: ***indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Apos análise dos resultados do teste estatístico (apresentados na Tabela 36) verifica-se que no ano de 2004 não se rejeita a hipótese nula, ou seja, não existe evidência estatisticamente significativa para afirmar que não existem diferenças entre os géneros e a venda, encerramento e desistência do negócio. Para o ano de 2007 a situação já é oposta - rejeita-se a hipótese nula para um nível de significância de 1%, ou seja, existe evidência estatística significativa para afirmar, com 99% de certeza, que existem diferenças, devidas ao género do empreendedor, relativamente à venda, encerramento e desistência do negócio.

Apos toda esta análise pode-se concluir que as mulheres tem vindo a mostrar um crescente interesse na atividade empreendedora ao longo do tempo. No entanto em muitos aspetos como, por exemplo, na atividade empreendedora por oportunidade continuam a ser os homens a aproveitar melhor essas oportunidades. Considerando a revisão de literatura abordada nesta dissertação verifica-se que existem muitos aspetos da análise descritiva, realizada para Portugal, que coincidem com o que a literatura defende nesta área de estudo. O facto mais evidente é aquele que afirma que há mais homens a criar empresas do que mulheres. Na literatura, Minniti e Nardone (2007) apresentam vários estudos que mostram que existem diferenças significativas na taxa de criação de novas empresas, por homens e por mulheres, um pouco por todo o planeta demonstrando-se que as mulheres, com muito menos probabilidade, estão envolvidas em atividade empreendedora que os homens. Ou dito de outra forma, alguns estudos demonstram que os homens têm uma maior tendência do que as mulheres para a criação do seu próprio negócio (Casero et al., 2010, por exemplo), no entanto, apesar dos homens estarem mais ativos na atividade empreendedora do que as mulheres, estas têm vindo a demonstrar um interesse crescente por esta atividade, como aqui foi mostrado de forma descritiva.

Para completar a análise descritiva realizada apresenta-se, na secção seguinte, uma análise inferencial relativa à probabilidade de homens e mulheres se envolverem em vários aspetos relacionados com a atividade empreendedora em Portugal. Esta análise será realizada de forma a perceber-se como tal probabilidade evoluiu ou longo do tempo aproveitando a disponibilidade de uma base de dados *cross-section* que aborda quase a primeira década do século XXI.

2.3. QUANTIFICAÇÃO DO IMPACTO DO GÉNERO NA PROBABILIDADE DE PARTICIPAR NA ATIVIDADE EMPREENDEDORA PORTUGUESA

Na aplicação empírica do modelo de regressão logística ao objeto de estudo deste trabalho de investigação serão expostos e discutidos os resultados da aplicação da metodologia de regressão logística a diversos modelos univariados. Nestes modelos considera-se apenas uma variável explicativa de diversos aspetos relacionados com a atividade empreendedora. Esta variável explicativa é sempre o género dos indivíduos sondados pelo GEM, em Portugal nos anos 2001, 2004 e 2007. A variável explicativa é então uma variável dummy que assume o valor 1, se o indivíduo for homem ou mulher (para a variável homem e mulher, respetivamente) e 0 caso contrário. Os modelos distinguem-se pela variável dependente para a qual se pretende estimar a probabilidade de ocorrência dado o género dos indivíduos inquiridos. As variáveis dependentes referem-se a vários aspetos relacionados com a atividade empreendedora como a taxa de criação de novas empresas, a motivação para iniciar uma atividade empreendedora, as perspetivas relativamente a tal atividade e as aspirações associadas, a capacidade exportadora, inovadora e empregadora dessa atividade empreendedora e, também, a capacidade de manter a atividade em funcionamento por um período superior a um ano. A análise é feita para cada um dos anos em causa, neste trabalho.

A lista de variáveis independentes e dependentes apresenta-se na Tabela 37 e Tabela 38, respetivamente.

Tabela 37:

Lista e definição das variáveis independentes utilizadas nos modelos de regressão logística

Variável	Definição
Homem	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado pertença ao género masculino e 0, caso contrário;
Mulher	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado pertença ao género feminino e 0, caso contrário.

Tabela 38:

Lista e definição das variáveis dependentes utilizadas nos modelos de regressão logística

Variável	Definição
TEA	
TEA por oportunidade	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA por oportunidade e 0, caso contrário
TEA por necessidade	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA por necessidade e 0, caso contrário
TEA por outro motivo	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA por outro motivo e 0, caso contrário
TEA - capacidade exportadora	
TEA exportação (50%)	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com 50% ou mais de actividade exportadora e 0, caso contrário
TEA exportação (25%)	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com 25% ou mais de clientes no estrangeiro e 0, caso contrário
TEA exportação	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com alguns clientes no estrangeiro e 0, caso contrário
TEA - tecnologia	
TEA nova tecnologia	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA utilizando nova tecnologia e 0, caso contrário
TEA média ou elevada tecnologia	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA utilizando média ou elevada tecnologia e 0, caso contrário
TEA pouca ou nenhuma tecnologia	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA utilizando pouca ou nenhuma tecnologia e 0, caso contrário
Encerramento	
Falência nos últimos 12 meses	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA que encerrou empresa nos últimos e 0, caso contrário
Novo produto	
Novo produto TEA	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com um novo produto e 0, caso contrário
Concorrência	
Sem concorrentes	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que não tem concorrentes e 0, caso contrário
Envolvidos no negócio TEA	
TEA 1 dono	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido num negócio TEA com 1 dono e 0, caso contrário
TEA 2 a 4 donos	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido num negócio TEA com 2 ou 4 donos e 0, caso contrário
TEA 5 a 10 donos	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido num negócio TEA com 5 ou 10 donos e 0, caso contrário
TEA - número de empregos criados	
TEA 0 empregados	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA sem empregados e 0, caso contrário
TEA 1 a 5 empregados	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com 1 a 5 empregados e 0, caso contrário
TEA 6 ou + empregados	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com 6 ou mais empregados e 0, caso contrário
TEA - perspectivas de criação de emprego	
TEA 20 empregos	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com crescimento de emprego em 5 anos (20 empregados) e 0, caso contrário
TEA 5 empregos	Variável que assume o valor 1, caso o indivíduo observado afirme que esta envolvido em TEA com crescimento de emprego em 5 anos (5 empregados) e 0, caso contrário

Os resultados das estimações realizadas são apresentados de seguida. Cada modelo relaciona uma variável dependente, definida na Tabela acima, com o género dos indivíduos. Optou-se, por apresentar os resultados associados à variável masculina (pelos valores serem de mais fácil compreensão), devendo os resultados para as mulheres serem vistos em oposição. Os resultados expostos são os chamados *odd-ratios*, ou seja, o rácio das probabilidades de ocorrência de um acontecimento. Referem-se, à probabilidade de ocorrência de um evento quando o indivíduo é do género masculino relativamente ao resultado que ocorreria caso o indivíduo fosse do género feminino, neste caso em concreto. Por exemplo, no caso da Tabela abaixo (Tabela 39) estimou-se a probabilidade de os indivíduos estarem envolvidos numa atividade empreendedora *early-stage* – TEA. Em particular, apresenta-se o número provável de vezes de um homem estar envolvido na criação ou gestão de um negócio recente relativamente a uma mulher.

De um modo geral pode dizer-se que se o valor do *odd-ratio* é igual a 1 tal significa que a probabilidade de ocorrência do evento é idêntica para o grupo de observações em causa e para o grupo de observações restante (neste caso a probabilidade de um homem estar envolvido em TEA seria idêntica à probabilidade de uma mulher estar também envolvida). Caso o valor seja superior a 1, a probabilidade de ocorrência do evento é superior para o grupo de observações em análise (aqui, optou-se pelo grupo de observações masculinas). Caso o valor só *add-ratio* seja inferior a 1 ocorre exatamente a situação oposta. O valor apresentado do *odd-ratio*, em função do coeficiente estimado, mostra ainda uma vantagem adicional – o cálculo simples e imediato da probabilidade associada a cada fator explicativo, como se explicou na secção 2.1.2.1.

Nas Tabelas que se apresentam a seguir para além dos *odd-ratios* estimados apresentam-se os resultados para 2 testes à precisão de ajustamento dos modelos: o Pseudo- R^2 de McFadden e o logaritmo de máxima verosimilhança. Apresenta-se ainda o número de observações consideradas em cada modelo e para cada ano.

O pseudo- R^2 de McFadden, que é um indicador sintético de qualidade do ajustamento da estimação similar ao coeficiente de determinação (R^2) do clássico OLS (McFadden, 1973). À semelhança do R^2 , o pseudo- R^2 assume apenas valores no intervalo (0,1), no entanto, ao contrário do coeficiente de determinação, o pseudo- R^2 não possui uma interpretação intuitiva imediata. Assim, não deve ser de estranhar que os valores apresentados para este indicador sejam muito mais baixos do que aqueles que seriam de esperar por alguém habituado à interpretação económica do coeficiente de determinação num modelo OLS.

Para o logaritmo de máxima verosimilhança, a análise estatística dos modelos de regressão logística é, geralmente realizada da mesma forma que nos modelos de regressão linear OLS. As diferenças são as requeridas pelo carácter probabilístico do modelo de regressão logística. (Wooldridge, 2009). De facto, o logaritmo de máxima verosimilhança constitui um teste estatístico similar ao teste F que se utiliza no modelo OLS, servindo para verificar a significância conjunta das variáveis explicativas que formam o modelo. Testa-se a hipótese nula dos coeficientes individuais estimados para as variáveis explicativas serem iguais entre si e a zero contra a hipótese alternativa de apresentarem valores distintos de zero, no seu conjunto.

Tabela 39:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em TEA, por motivo e ano

Modelo		Ano			
		2001	2004	2007	
(1)	Variável dependente	TEA	2,937*** (0,668)	1,256 (0,427)	1,997*** (0,322)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	25,04***	0,45	19,14***
		Pseudo R ²	0,0315	0,001	0,016
(2)	Variável dependente	TEA por Oportunidade	3,453*** (0,978)	1,642 (0,652)	2,113*** (0,369)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	22,34***	1,59	19,22***
		Pseudo R ²	0,037	0,006	0,018
(3)	Variável dependente	TEA por necessidade	1,086 (0,488)	0,554 (0,394)	1,204 (0,587)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	0,03	0,73	0,14
		Pseudo R ²	0,000	0,007	0,000
(4)	Variável dependente	TEA por outro motivo	--- ---	2,234 (2,739)	2,623** (1,184)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	---	1000	2023
		LR χ^2 (1)	---	0,46	5,04**
		Pseudo R ²	---	0,011	0,019

Notas: ** indica significância estatística para o nível de significância de 5% e *** indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Olhando para o modelo (1), que se apresenta na Tabela 39 e que pretende estimar o efeito do género masculino na taxa de criação de novas empresas, verifica-se que para o ano de 2001, os homens tem cerca de 3 vezes (mais precisamente, 2,937 vezes) mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA do que as mulheres. Este valor é estatisticamente significativo ao nível de significância de 1%, ou seja, tem-se 99% de confiança que o resultado esta correto. Este valor pode transforma-se numa taxa de probabilidade se se realizar a seguinte operação, $e^{2,937}$. Assim, verifica-se que, para 2001, os homens apresentam 74,6% de probabilidade de estarem envolvidos em TEA, enquanto as mulheres apresentam apenas 25,4% de probabilidade de estarem envolvidas em TEA. Os testes de precisão do ajustamento indicam que este é um bom modelo.

Para o ano de 2004 para esta mesma variável observa-se que os homens baixam a sua probabilidade de estarem envolvidos em TEA, relativamente às mulheres – só 1,256. Este valor, deve, no entanto, ser visto com cuidado já que não apresenta significância estatística¹³. Ao longo desta análise vai verificar-se que só muito esporadicamente os modelos apresentam significância estatística para o ano de 2004, não podendo por isso retirarem-se conclusões importantes

¹³ Aceitam-se, neste trabalho valores de significância estatística até ao máximo de 10%. Ou seja, a análise realiza-se para níveis de significância estatística de 1%, 5% e 10%.

relativamente a este ano. Por este motivo, só em casos excepcionais se referirá especificamente a este ano, na discussão dos resultados,

Em 2007 os homens tem cerca de 2 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA do que as mulheres. O valor é estatisticamente significativo ao nível de significância 1%, ou seja, tem-se 99% de confiança que o resultado está correto e pode ser transposto para toda a população portuguesa. Note-se que embora os homens tenham mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA começam em 2007 a "perder terreno" para as mulheres. Veja-se que as mulheres têm uma probabilidade de estarem envolvidas em TEA de 33,4% e os homens de 66,6%. Comparando com 2001 existe um aumento de cerca de 8% de probabilidades das mulheres estarem envolvidas em TEA.

Observando a variável TEA por oportunidade, no ano de 2001, visualiza-se que os homens têm mais 3,45 vezes de probabilidade de iniciarem um negócio por oportunidade, correspondente a 77,5% de probabilidade de os homens estarem envolvidos em TEA relativamente a uma probabilidade de apenas 22,5% para as mulheres. Este resultado é estatisticamente significativo ao nível de significância de 1%. Em 2007 os homens continuam a apresentar uma probabilidade superior à das mulheres, no entanto, esta desce para apenas 2,113 vezes (67,9% de probabilidade de um homem iniciar um negócio por oportunidade quando a mulher se limita aos 32,1%). Este valor é estatisticamente significativo para o nível de significância 1%. Também é notório que comparando com os anos anteriores os homens estão a "perder terreno" para as mulheres que parecem começar a aproveitar as oportunidades para criar negócios.

O modelo que analisa a probabilidade de um homem se envolver na criação de um negócio por necessidade (modelo 3) não apresenta qualquer significância estatística para todos os anos em estudo.

O modelo (4) que analisa o efeito do género na probabilidade de um indivíduo se envolver na criação de um negócio por outros motivos, que não a oportunidade ou a necessidade, não apresenta resultados para 2001, devido à falta de dados, e os resultados para 2004 não são estatisticamente significativos. No entanto, para 2007, verifica-se que os homens apresentam aproximadamente 2,6 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA por outro motivo do que as mulheres.

Após a análise da Tabela 39 é possível concluir que, em Portugal, que são os homens que continuam a apresentar mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA do que as mulheres, no entanto, com o passar dos anos, as mulheres mostram um maior interesse pela atividade empreendedora. Relativamente à TEA por oportunidade e à TEA por necessidade, verifica-se que os homens são os mais envolvidos em TEA por oportunidade do que as mulheres, no entanto já como foi referido anteriormente as mulheres estão a conquistar "terreno" aos homens no empreendedorismo por oportunidade. Relativamente a TEA por necessidade as mulheres aproximam-se mais dos valores dos homens e em 2004 até apresentam uma percentagem maior do que os homens (apresentar de os resultados não apresentarem significância estatística).

Na Tabela seguinte (Tabela 40) apresentam-se os resultados estimados para a capacidade exportadora associada à TEA.

Tabela 40:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora com diferentes efeitos exportadores, por ano

Modelo		Ano		
		2004	2007	
(5)	Variável dependente	TEA exportação (50%)	2,234 (2,739)	2,623** (1,184)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	1000	2023
		LR χ^2 (1)	0,46	5,04**
		Pseudo R ²	0,011	0,019
(6)	Variável dependente	TEA exportação (25%)	3 (3,644)	1,652 (0,742)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	32	174
		LR χ^2 (1)	0,92	1,31
		Pseudo R ²	0,038	0,008
(7)	Variável dependente	TEA exportação	4,5* (3,636)	1,4 (0,464)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	32	174
		LR χ^2 (1)	3,82*	1,02
		Pseudo R ²	0,09	0,005

Notas: * indica significância estatística para o nível de significância de 10% e ** indica significância estatística para o nível de significância de 5%

Da observação da Tabela, em termos genéricos, é possível concluir que continua a ser o género masculino aquele que mais está associado a uma atividade empreendedora com efeitos exportadores. Iniciando a análise no modelo (7) é possível verificar que em 2004, com 90% de certeza, os homens apresentam 4,5 mais probabilidade de estarem envolvidos em atividades com algum cliente estrangeiro (alguma exportação) do que as mulheres. Em 2007 este valor baixa para apenas 1,4 o que mostra que o género parece deixar de ser tão determinante em termos de atividade empreendedora com capacidade de exportação. No entanto, esta variável deixa de ter significância estatística para o ano de 2007 o que não permite inferir para a população a partir deste valor. Os modelos (5) e (6) quantificam a capacidade exportadora da atividade empreendedora sendo que a variável dependente é medida pela percentagem indicada de clientes a residir no estrangeiro. Em termos mais específicos pode dizer-se que, no modelo (5) para o ano de 2004, os homens apresentam cerca de 2,234 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos nas exportações do que as mulheres. Para um nível de significância de 5%, verifica-se que em 2007 os homens têm cerca de 2,623 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos na TEA com mais de 50% de clientes no estrangeiro do que as mulheres. Quando o número de clientes

estrangeiros baixa para os 25% não é possível retirar conclusões definitivas. Para ambos os anos em análise, os resultados estimados não apresentam significância estatística.

Anteriormente esteve-se a analisar a probabilidade dos homens, relativamente às mulheres, estarem envolvidos em TEA com capacidade de exportação tendo-se concluído que são os homens que continuam a dominar o mercado das exportações face às mulheres. Ou seja, para além dos homens se envolverem mais em atividade empreendedora, em relação às mulheres, também são estes que se envolvem em negócios com intuito exportador. As mulheres não se envolverão em negócios com tal capacidade. Apesar desta conclusão, note-se que estas estão cada vez mais próximas dos valores apresentados pelos homens.

Associado ao empreendedorismo surge o conceito de inovação e, conseqüentemente, da tecnologia. Na Tabela seguinte é possível visualizar a probabilidade dos homens, em Portugal, se envolverem em negócios que impliquem a utilização de tecnologia nova. Pode ainda visualizar-se a probabilidade de um homem (relativamente a uma mulher) estar envolvido em negócios que implicam a utilização de diferentes níveis de tecnologia (negócios com utilização de baixa ou nenhuma tecnologia ou então de negócios que apliquem média ou elevada tecnologia)

Tabela 41:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora que utilize diferentes graus de tecnologia, por ano

Modelo		Ano			
		2001	2004	2007	
(8)	Variável dependente	TEA nova tecnologia	---	1,114 (1,578)	1,721 (0,698)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	---	1000	2023
		LR χ^2 (1)	---	0,01	1,85
		Pseudo R ²	---	0,000	0,007
(9)	Variável dependente	TEA media ou elevada tecnologia	0,542 (0,665)	---	---
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	---	---
		LR χ^2 (1)	0,26	---	---
		Pseudo R ²	0,006	---	---
(10)	Variável dependente	TEA pouca ou nenhuma tecnologia	2,912*** (0,486)	1,372 (0,286)	2,254*** (0,288)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	45,03***	2,3	42,27***
		Pseudo R ²	0,036	0,004	0,024

Notas: *** indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Os valores apresentados nos modelos (8) e (9) não apresentam significância estatística. Assim, não é possível retirar conclusões para a população portuguesa relativamente à relação do empreendedorismo nacional com utilização de nova tecnologia ou de média e elevada tecnologia.

probabilidade de 68,1% de estarem envolvidos em atividade empreendedora *early-stage* que oferece um novo produto/serviço ao cliente e, para as mulheres, a uma probabilidade de 31,9%.

Com uma forte relação com a oferta de novos produtos encontra-se a existência (ou não) de potenciais concorrentes no mercado. Na Tabela seguinte pode observar-se a relação entre a probabilidade de homens e mulheres iniciarem um negócio que não está sujeito a concorrência no mercado.

Tabela 43:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora que não encontra concorrência no mercado, por ano

Modelo		Ano	
		2004	2007
(12)	Variável dependente	0,557 (0,682)	2,584* (1,38)
	TEA sem concorrência		
	N	1000	2023
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	LR χ^2 (1)	0,24
		Pseudo R ²	0,006
			0,018

Notas: * indica significância estatística para o nível de significância de 10%

Observando os resultados do modelo (12) verifica-se que estes não apresentam significância estatística para o ano de 2004, como tem acontecido na generalidade dos modelos anteriores. Em 2007, para um nível de significância de 10%, os homens apresentam cerca de 2,584 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos num negócio sem concorrência no mercado do que as mulheres. Este resultado poderá estar relacionado com os resultados do modelo (11) apresentado na Tabela 42. Neste modelo havia-se verificado que os homens também apresentavam uma maior probabilidade de estar mais envolvidos com a produção/oferta de novos produtos/serviços do que as mulheres. Sendo novos, os produtos/serviços não serão oferecidos por outras empresas e assim os novos empreendedores apresentam-se com menos concorrentes.

Na Tabela seguinte mostram-se os resultados dos modelos que estudam a probabilidade dos homens criarem negócios com diferente número de donos. São apresentados os resultados do modelo para a probabilidade de criação de um negócio apenas com 1 dono, com 2 a 4 donos e, por fim, com 5 a 10 donos.

Tabela 44:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora consoante o número de proprietários da atividade, por ano

Modelo		Ano			
		2001	2004	2007	
(13)	Variável dependente	TEA 1 dono	2,514** (0,788)	0,954 (0,38)	1,998** (0,479)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	9,43**	0,01	8,74**
		Pseudo R ²	0,021	0,001	0,013
(14)	Variável dependente	TEA 2 a 4 donos	3,453*** (1,125)	3,373 (2,762)	1,827** (0,411)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	14,95***	2,57	7,43**
		Pseudo R ²	0,033	0,028	0,010
(15)	Variável dependente	TEA 5 a 10 donos	2,173 (2,663)	1,114 (1,578)	2,149 (1,181)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	0,43	0,01	2,06
		Pseudo R ²	0,009	0,000	0,011

Notas: ** indica significância estatística para o nível de significância de 5% e *** indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Verifica-se, tendo em conta os resultados do modelo (13) que estima a probabilidade de um homem estar envolvido em TEA com apenas 1 dono, que em 2001 os homens possuíam cerca de 2,514 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em atividades com apenas um proprietário do que as mulheres. Em 2004 esta variável deixa de ter significância estatística voltando a apresentá-la para 2007. Neste ano os homens apresentam cerca de 1,998 vezes mais de probabilidade de estarem envolvidos em TEA com 1 proprietário do que as mulheres. A redução do valor é significativa o que pode indicar que cada vez mais as mulheres não temem iniciar-se numa atividade empreendedora sozinhas.

Quando se analisa a criação de negócios com 2 a 4 proprietários verifica-se que os homens apresentavam, em 2001, cerca de 3,453 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos neste tipo de negócios do que as mulheres. Este valor, baixa drasticamente em 6 anos com os homens a apresentarem apenas 1,827 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA com 2 a 4 donos do que as mulheres. Esta diminuição revela que as mulheres têm vindo a equiparar-se aos homens no que respeita à criação de negócios quando estão outros envolvidos. Para o modelo (15) nenhum dos resultados estimados apresenta significância estatística não sendo possível concluir nada acerca da probabilidade de criação de empresas em que há 5 ou mais pessoas envolvidas na sua propriedade.

O número de proprietários de um negócio é um facto importante mas não menos importante é a análise do número de empregos criados pela criação de uma nova atividade. Na Tabela seguinte é

possível observar os resultados para o impacto do género, medido em termos probabilísticos, na criação de emprego através da atividade empreendedora. São apresentados três modelos que se distinguem pelo número de empregos criados. O modelo (16) estima o impacto do género na criação de negócios que não geram emprego, o modelo (17) estima o impacto do género na criação de negócios que empregam 1 a 5 trabalhadores e, finalmente, o modelo (18) estima o impacto do género na criação de negócios que geram 6 ou mais empregos.

Tabela 45:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora consoante o número de empregos gerados pela atividade empreendedora, por ano

Modelo			Ano		
			2001	2004	2007
(16)	Variável dependente	TEA 0 empregados	1,65 (0,751)	0,89 (0,599)	0,799 (0,354)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	1,18	0,03	0,26
		Pseudo R ²	0,005	0,003	0,001
(17)	Variável dependente	TEA 1 a 5 empregados	2,610** (1,106)	3,943* (3,171)	1,945** (0,564)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR χ^2 (1)	5,64**	3,54*	5,50**
		Pseudo R ²	0,02	0,035	0,011
(18)	Variável dependente	TEA 6 ou + empregados	---	---	5,387** (4,18)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	---	---	2023
		LR χ^2 (1)	---	---	6,4**
		Pseudo R ²	---	---	0,044

Notas: * indica significância estatística para o nível de significância de 10% e ** indica significância estatística para o nível de significância de 5%

O modelo (16) não apresenta, para os três anos em estudo, resultados com significância estatística pelo que não é possível retirar conclusões para a população portuguesa no que se refere ao impacto do género na criação de negócios que não geram emprego. É, no entanto, possível retirar conclusões estatisticamente significativas para os outros dois escalões em análise.

Para a criação de negócios que geram de 1 a 5 empregos verifica-se que, em 2001, os homens apresentavam cerca de 2,610 vezes mais probabilidade de terem 1 a 5 empregados nos seus negócios do que as mulheres. Em termos de probabilidade este valor corresponde a uma probabilidade de 72,3% para os homens e 27,7% para as mulheres. Em 2004, os homens apresentavam cerca de 3,943 vezes mais probabilidade de terem nos seus negócios 1 a 5 empregados do que as mulheres. Em 2007, os homens apresentavam apenas 1,945 vezes mais probabilidade de terem nos seus negócios 1 a 5 empregados do que as mulheres. Com os resultados do modelo (17) é notório que, com o passar dos anos, as mulheres têm vindo a

aproximar-se dos homens relativamente ao número de empregados nos seus negócios. Para o modelo (18) só se apresentam resultados para o ano de 2007. Este modelo mede o impacto do género na probabilidade de um negócio gerar 6 ou mais empregos. Verifica-se que os homens apresentam cerca de 5,387 vezes mais probabilidade de terem 6 ou mais empregados nos seus negócios do que as mulheres, este valor apresenta uma significância estatística de 5%. Este valor corresponde a 84,3% de probabilidade de um homem criar um negócio que gere 6 ou mais empregos sendo que as mulheres se cingem a uma probabilidade de apenas 15,7. Daqui se pode inferir que mesmo que as mulheres se tenham começado a envolver mais na atividade empreendedora, nos últimos anos, os homens são quem cria negócios de maior dimensão. As mulheres vêm “ganhando terreno” apenas nos negócios de menor dimensão, aqui medida pelo número de empregados.

A Tabela seguinte mostra o impacto do género nas perspetivas de crescimento do negócio, medidas através da perspetiva de criar novos empregos num horizonte de 5 anos. São analisadas duas hipóteses – a perspetiva de serem criados até 5 empregos e a perspetiva de serem criados até 20 empregos.

Tabela 46:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora com a perspetiva de criação de empregos, por ano

Modelo			Ano		
			2001	2004	2007
(19)	Variável dependente	TEA 5 empregados	4,959** (2,75)	3,357 (3,882)	2,295** (0,605)
		N	2000	1000	2023
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	LR χ^2 (1)	10,93***	1,28	10,67**
		Pseudo R ²	0,045	0,025	0,018
(20)	Variável dependente	TEA 20 empregados	---	---	3,951** (2,579)
		N	---	---	2023
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	LR χ^2 (1)	---	---	5,44**
		Pseudo R ²	---	---	0,033

Notas: ** indica significância estatística para o nível de significância de 5% e *** indica significância estatística para o nível de significância de 1%

Observando os resultados do modelo (19), que mostram a estimação do impacto do género na possibilidade de se gerarem até 5 empregos, verifica-se que, para 2001, os homens apresentavam cerca de 4,959 vezes mais probabilidade de no futuro criarem nos seus negócios 5 empregos do que as mulheres (com probabilidade, para os homens, de 83,2% e, para as mulheres, de 16,8%). Em 2007 os homens apresentam cerca de metade da probabilidade que havia sido encontrada em 2001, ou seja, apenas 2,295 vezes mais probabilidade de no futuro criarem, nos seus negócios, até 5 empregos do que as mulheres. É visível que, com o passar dos anos, as mulheres

aumentaram a probabilidade de gerarem até 5 empregos nos seus negócios. Para níveis mais elevados de perspectivas de criação de emprego (até 20 empregos) a tendência não parece semelhante. Apesar de no modelo (20) só se apresentarem dados para 2007, verifica-se que os homens apresentam cerca de 3,951 vezes mais probabilidade de no futuro criarem até 20 empregos do que as mulheres.

Estes resultados, aliados aos da Tabela anterior, mostram que os negócios criados pelas mulheres tendem a ser pequenos, em número de empregados, e têm tendência a gerar menos empregos.

Conclui-se a análise do impacto do género na atividade empreendedora com a análise do impacto do género no encerramento de empresas. Os resultados apresentam-se na Tabela seguinte (Tabela 47).

Tabela 47:

Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido no encerramento de uma empresa nos últimos 12 meses, por ano

Modelo		Ano			
		2001	2004	2007	
(21)	Variável dependente	Falência nos últimos 12 meses	---	0,928 (0,565)	2,16** (0,52)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	---	1000	2023
		LR χ^2 (1)	---	0,02	10,84**
		Pseudo R ²	---	0	0,016

Notas: ** indica significância estatística para o nível de significância de 5%

Os homens apresentam maior probabilidade de iniciar um negócio, do que as mulheres, mas também apresentam uma maior probabilidade de o encerrar. Em 2007 os homens apresentavam cerca de 2,16 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos no encerramento de negócios do que as mulheres. Com 68,4% de probabilidade um homem encerrou uma empresa antes de inquirido em 2007 enquanto as mulheres só o fizeram com 31,6% de probabilidade.

CONCLUSÕES

Para realizar deste trabalho que se pretendeu analisar o fenómeno do empreendedorismo por género, em Portugal na primeira década do século XXI, realizou-se uma revisão bibliográfica sobre a temática. O objetivo de tal revisão pretendeu não só enquadrar a temática em análise como, também, lançar pistas para a análise empírica que se realizou com base num conjunto de dados recolhidos para Portugal mas harmonizados internacionalmente de forma a permitir comparações internacionais. A partir da revisão bibliográfica selecionou-se um conjunto de variáveis consideradas importantes para descrever o fenómeno em Portugal e ao longo do tempo, tendo em especial atenção a distribuição de tais variáveis pelo género dos indivíduos envolvidos nas amostras anuais disponíveis. Este trabalho foi realizado com os dados *cross-section* referentes a Portugal para os anos de 2001, 2004 e 2007.

De acordo com a literatura, as mulheres são menos empreendedoras do que os homens existindo muitas desigualdades no acesso ao empreendedorismo, nomeadamente aquelas que têm origem no género do empreendedor (Silveira & Gouvêa, 2008). Após a análise dos resultados empíricos apresentado no segundo capítulo desta dissertação foi, também, possível verificar, para Portugal, que as mulheres estão menos envolvidas na atividade empreendedora do que os homens.

Por exemplo, após a análise da variável “criação de negócio” - a variável TEA que se constitui como a variável fundamental criada pelo GEM para definir o nível de empreendedorismo numa sociedade (GEM, 2004, 2007 e 2010) - verificou-se que, de um modo geral, homens e mulheres não pretendem iniciar um negócio sozinho ou com outros, em Portugal (independentemente do ano em análise). Este facto é, também, referido na literatura por alguns autores, como foi apresentado no primeiro capítulo. Muitos autores afirmam que Portugal não é uma nação de empreendedores. Note-se, no entanto, que são os homens que apresentam uma maior percentagem de atividade empreendedora. A percentagem de atividade empreendedora para as mulheres é de apenas 1,8%, 2,3% e 7,3% enquanto para os homens se situa nos 5,5%, 3,0% e 11,3% para 2001, 2004 e 2007, respetivamente. Apesar da pouca proporção de mulheres empreendedoras estas apresentam uma evolução crescente ao longo dos anos o que leva a concluir que as mulheres portuguesas têm vindo a mudar a sua perceção relativamente ao empreendedorismo e que demonstram um interesse crescente ao longo dos anos conquistando “terreno” aos homens nesta matéria. Se em 2001 os homens apresentavam cerca de 3 vezes mais probabilidade de iniciar uma atividade empreendedora em relação às mulheres, em 2007 este valor desce para apenas 2 vezes mais indiciando uma tendência de mudança. Em simultâneo, verificou-se ainda que são os homens que em maior percentagem gerem (sozinhos ou com outros) um negócio que vende bens ou serviços.

Para se verificar qual a razão que leva os inquiridos a empreender, nomeadamente se o fazem para aproveitar uma oportunidade ou por necessidade, foi pertinente analisar as variáveis que medem tais motivações. Em 2007 os homens apresentavam uma probabilidade 2,113 vezes superior à das mulheres de iniciar um negócio por oportunidade (existia 67,9% de probabilidade de um homem iniciar um negócio por oportunidade quando a probabilidade de uma mulher se limitava aos 32,1%). Conclui-se que são os homens que tiram maior partido das oportunidades de negócio

em relação as mulheres. Relativamente a de iniciar um negócio por não existirem melhores oportunidades de trabalho, as mulheres apresentam uma maior percentagem em relação os homens, embora com o passar dos anos as mulheres tenham uma evolução decrescente. No que se refere à atividade empreendedora *early-stage* por motivo de necessidade as percentagem são muito idênticas entre os homens e as mulheres.

O motivo mais importante para seguir em frente com um negócio é desejo de aumentar o rendimento pessoal sendo que este motivo é referindo tanto por homens como por mulheres. Segue-se o motivo da procura de uma maior independência. Este fator é referido por 27,3% das mulheres e 23% dos homens. Tal como se sugeria na literatura este é um fator importante para que as mulheres se envolvam em empreendedorismo. Através de um teste estatístico não-paramétrico conclui-se que não existe evidência estatística suficiente para afirmar que existem diferenças entre os géneros relativamente ao motivo de manter a opção de criar um negócio quando surge uma oportunidade – em Portugal, e para 2007, a motivação para criar um negócio não é diferente entre homens e mulheres. De facto, Greene et al. (2007) afirmam que as motivações empresariais das mulheres são bastante similares às dos homens.

Ao analisar-se a perceção dos inquiridos relativamente ao facto de possuírem, ou não, conhecimento, capacidade e a experiencia necessária para iniciar um negócio, verificou-se que as mulheres não se sentem com capacidade, conhecimento ou experiencia para iniciar um negócio. Tal perceção das mulheres tem-se, no entanto, alterado nos últimos anos. É notório que as mulheres tem uma evolução positiva da perceção das suas capacidades ao longo dos anos em estudo. São também as mulheres que indicam ter mais medo do fracasso. Tendo-se testado se existiam diferenças de género relativamente a tal fragilidade, já que o medo de fracassar pode ser um fator de entrave à atividade empreendedora, verifica-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres. O medo do fracasso pode limitar o empreendedorismo, em particular, o empreendedorismo feminino.

Culturalmente não parece que as mulheres se sintam discriminadas, relativamente aos homens, quando decidem iniciar um negócio, pois existe a perceção de que tal é visto com “bons olhos” pela sociedade. Também os portugueses (independentemente do género) vêem o sucesso da criação de um novo negócio como algo que dá estatuto e respeito perante a sociedade. De salientar ainda que no que se refere ao destaque dado a negócios de sucesso, nos meios de comunicação social, são os homens que apresentam uma opinião positiva em maior percentagem. No entanto, com o passar dos anos estas têm vindo a estar mais atentas a esta informação.

Relativamente aos resultados efetivos sobre a atividade empreendedora em Portugal, verificou-se que na sua maioria, aqueles que iniciaram um negócio, ainda não conseguem pagar os salários por mais de três meses, sendo que esta situação é percentualmente semelhante para ambos os géneros. Note-se, no entanto, que tal não significa que tais negócios apresentam problemas financeiros já que a taxa de criação de negócios novos é bastante elevada.

Observou-se que, ao nível da concorrência de mercado, tanto homens como mulheres, têm a perceção de que existem muitos concorrentes para os seus negócios. No entanto, são os homens

que indicavam a possibilidade de possuírem menos concorrentes. Em 2007, os homens apresentavam cerca de 2,59 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos num negócio sem concorrência do que as mulheres. O facto da perceção relativa à inovação não ser claramente positiva explica o facto de os novos empresários perceberem que a concorrência pode ser relativamente forte no seu ramo de atividade. As mulheres sentem-no mais que os homens. Em termos de tecnologia utilizada nos negócios conclui-se que tanto homens como mulheres a utilizam nos seus negócios. No entanto, verificou-se que os homens apresentavam, em 2007, cerca de 2,25 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em atividades com pouca ou nenhuma tecnologia do que as mulheres.

Relativamente ao facto dos empreendedores referirem terem clientes habituais no estrangeiro são as mulheres que apresentam uma maior percentagem de respostas positivas. Note-se, no entanto, que, de um modo geral, tanto as mulheres como os homens têm ainda poucos clientes habituais no estrangeiro.

Em termos de criação de emprego são as mulheres que criam menos emprego nos seus negócios. Verificou-se que os homens possuem cerca de 5,4 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em negócios que geram 6 ou mais empregos do que as mulheres. A diferença entre os géneros, em termos de criação de empregos e dimensão das empresas, é bastante visível e notória na economia portuguesa.

Relativamente ao encerramento de negócio, foi referido no capítulo I que são as mulheres as que, com maior probabilidade, encerram os seus negócios mais cedo (Machado, 2002). Com a análise estatística e realização do teste estatístico verificou-se que existe evidência estatística significativa para afirmar, com 99% de certeza, que existem diferenças, devidas ao género do empreendedor, relativamente à venda, encerramento e desistência do negócio. Estes resultados confirmam a afirmação anterior.

Face aos resultados da aplicação empírica apresentada nesta dissertação que utiliza uma base de dados internacional pouco utilizada na literatura nacional ligada ao empreendedorismo, em particular aquele que está associado ao género dos potenciais empreendedores, acredita-se que se trouxe um valor acrescentado importante ao estudo do empreendedorismo feminino em Portugal. Demonstra-se algo que é do entendimento comum - em Portugal ainda são os homens que dominam o fenómeno do empreendedorismo mas as mulheres estão cada vez mais interessadas na atividade empreendedora. Outra mais-valia deste trabalho refere-se à aplicação de uma análise inferencial, com base em modelos de regressão logística univariados, que permite quantificar a probabilidade de diferentes aspetos da atividade empreendedora poderem ser determinados pelo género do empreendedor. De facto, a análise inferencial permitiu concluir que, em 2007, os homens possuíam cerca de 66,6% de probabilidade de iniciarem algum tipo de atividade empreendedora enquanto as mulheres só apresentam 33,4% de probabilidade de iniciar um negócio. Ou seja, com 99% de certeza, pode dizer-se que em 2007, a probabilidade de um homem iniciar um negócio representava o dobro da probabilidade das mulheres. No entanto, face

a 2001, verificou-se que as mulheres apresentavam um aumento de 8% na probabilidade de estarem envolvidas em TEA.

Para concluir, mencione-se que a dissertação apresenta algumas limitações. O GEM ainda não disponibiliza publicamente a informação individual, para cada país, referente ao ano de 2010. A disponibilidade de informação mais atualizada seria importante para consolidar as conclusões quanto à tendência positiva referente à participação das mulheres em atividade empreendedora. Especialmente, porque foram introduzidas, nos últimos anos, muitas medidas políticas e programas operacionais para incentivar o espírito empreendedor da população portuguesa, em geral, e das mulheres, em particular. Seria também interessante poder dispor de um conjunto mais amplo de variáveis que descrever características sócio-demográficas da população como, por exemplo, o estado civil, o número de filhos ou a região do país a que pertencem as observações.

A inclusão da informação referente a 2010 e de um conjunto de outras variáveis será importante no desenvolvimento de trabalhos de investigação futuros referentes a esta problemática. Adicionalmente, o cruzamento destes dados com outros, por exemplo aqueles que estão disponíveis nos Quadros de Pessoal e nos dados do INE, poderá permitir apresentar um quadro mais completo do empreendedorismo no nosso país, em geral, e do empreendedorismo por género, em particular.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31 (3), 305-322.
- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), 97-107
- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30 (5), 595-621.
- Allen, E., Langowitz, N., Elam, A., & Dean, M. (2007). *The Global Entrepreneurship Monitor 2007 Report On Women and Entrepreneurship*.
- Apergis, N., & Economou, V. P. (2010). Incentives and female entrepreneurial activity: evidence from panel firm level data. *International Advances in Economic Research*, 16 (4), 371-387.
- Audretsch, D. B. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press: New York.
- Batista, A., Teixeira, M. S., & Portela, J. (2008). Motivações e obstáculos ao empreendedorismo em Portugal e propostas facilitadoras,. *Livro de atas do 14º Congresso da APDR*. Tomar: Portugal.
- Batista, R. E. (2008). Entrepreneurship, regional development and job creation: the case of Portugal. *Small Business Economics*, 30 (1) , 49-58.
- Batista, R., Escária, V., & Madruga, P. (2008). Entrepreneurship, regional development and job creation: the case of Portugal, *Small Business Economics*, 30 (1). 49-58.
- Batista, R., & Thurik, A. R. (2007). The relationship between entrepreneurship and unemployment: is Portugal an outlier? *Technological Forecasting and Social Change*, 74(1), 75-89.
- Boaventura, M. G. (2010). *Género e empreendedorismo: mulheres empreendedoras no setor de moda em belo horizonte*. Dissertação de Mestrado em Administração. Faculdade Novos Horizontes.
- Bosma, N., Wennekers, S. and Amorós, J. E (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees across the Globe*. Tun Abdul Razak: Babson College, Universidad del Desarrollo and Universiti .
- Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women´s entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31 (3). 323-339.
- Brush, C. G., Gatewood, E. J., & Henry, C. (2010). Introduction: women entrepreneurs and growth. In, Brush, C. G., Bruin, A., Gatewood, E. J., & Henry, C. (Eds), *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: a Research Perspective*, 1-18.

- Bucha, A. I. (2009). *Empreendedorismo: aprender a saber ser empreendedor*. Lisboa: RH.
- Buttner, E. H. (2001). Examining female entrepreneurs management styles: An Analysis Using a Relational Frame. *Journal of Business Ethics*, 29, 253-269.
- Bygrave, D. W. (2004). The entrepreneurial process. In Bygrave and Zacharakis(Eds), *The Portable MBA in Entrepreneurship*, 3rd Edition, John Wiley and Sons: Hoboken, NJ.
- Camargo, M. S. (2005). *Fundador versus sucessor: estudo comparativo das características comportamentais empreendedoras dos empresários de empresas familiares do município de Chapecó -SC. Pós - Graduação em Administração. Universidade regional de Blumeau*.
- Carree, M. A., & Thurik, R. A. (2010). , *The impact of entrepreneurship on economic growth. In Acs, Z. J. & Audretsch, D. B. (Eds), Handbook of entrepreneurship research: an interdisciplinary survey and introduction*. (2nd Edition), Springer: New York.
- Casero, J. C., Mogollón, R. H., Escobebo, M. I. & Jiménez, M. V. (2010). Actividad emprendedora y género. Um Estudio Comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía la Empresa*, 19(2), 83-98.
- Chaves, M. R. (2009). *Empreendedorismo na escola: a emergência de um outro paradigma na educação/formação. Dissertação de Mestrado em Sociologia: Sociedade Portuguesa ContempoRânea, Estruturas e Dinâmicas. Faculdade de Letras da Universiadde do Porto*.
- Costa, A. M. (2008). *Empreendedorismo, deslocalização de empresas e indemnizações: um estudo de caso no setor da cerâmica em portugal, Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa*.
- Diáz-García, M. C., & Jiménez-Moren, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (3), 261-283.
- Drucker, P. F. (19885). *Innovation and entrepreneurship. practice and pinciples (1a Edição)*. New York: Harper & Row.
- Duarte, R. M. (2008). *Determinantes de empreendedorismo: o papel dos BIC, Dissertação de Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico, Universidade do Porto, Porto, Portugal*.
- Elam, A. B. (2008). *Gender and entrepreneurship across 28 countries: a multilevel analysis using GEM data. PhD Dissertation in Sociology, Chapel Hill: University of North Carolina*.
- Elam, A., & Terjesen, S. (2007). Institutional logics: gender and business creation across 28 countries. In *Proceedings Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC). Institutional Logics: Gender and AND Business Creation Across 13 GEM Countries*, (pp. 1-15). Madrid, Espanha.
- Comissão Europeia. (2003). *Livro verde: espírito empresarial na Europa*. Bruxelas.

- Eurostat*. Obtido em 30 de janeiro de 2012, de http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/about_eurostat/introduction
- Eurostat, O., &. (2007). *Eurostat/OECD Manual on Business Demography Statistics*. OECD.
- Fontenele, R. E. (2010). Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. *Revista de Administração Contemporânea*, 14 (6), 1094-1112.
- 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.
- Freire, D. A., Corrêa, R., & Ribeiro, H. C. (2011). Género e empreendedorismo: um olhar sobre a pesquisa do G.E.M. - Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo e Inovação*.
- García, F. J., & Cañizares, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- Gaspar, F. (2009). *O Processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso*. Lisboa: Sílabo.
- GEM. (2004). *Avaliação do potencial empreendedor em Portugal - The Global Entrepreneurship Monitor, Projeto GEM Portugal 2004*. <http://www2.spi.pt/gem/docs/GEM2004Portugal-PublishedReport-Portuguese.pdf>, acessado em 31 de outubro 2011.
- GEM. (2007). *Avaliação do potencial empreendedor em Portugal - The Global Entrepreneurship Monitor, Projeto GEM Portugal 2007*. <http://www.spi.pt/Downloads/GEM.pdf>, acessado em 31 outubro de 2011.
- GEM. (2010). *Avaliação do potencial empreendedor em Portugal - The Global Entrepreneurship Monitor, Projeto GEM Portugal 2010*. <http://www.spi.pt/Downloads/GEM.pdf>, acessado em 20 janeiro de 2011.
- Gomes, A. F., Santana, W. G., Antonialli, L. M., & Correia, E. L. (2009). Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. *Revista de Gestão USP*, 16 (1), 69-87.
- Greene, P. G., Brush, C. G., & Gatewood, E. J. (2007). *Perspectives on women entrepreneurs*. In, Minniti, M. (Ed), *Entrepreneurship: the engine of growth, Volume I: People 181-204*, Praeger Publishers. Westport, CT.
- Hagedoorn, J. (1996). Innovation and entrepreneurship: Schumpeter revisited. *Industrial and Corporate Change*, 5(3), 883-896.
- Hartman, A. (2006). *Avaliação da cultura intra- empreendedora: desenvolvimento e teste de uma metodologia. Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, campus Ponta Grossa*.
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989). The meaning of entrepreneurship: a modular concept. *Small Business Economics*, 1(1), 39-49.
- Henrekson, M. (2005). Entrepreneurship: a weak link in the welfare state? *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 437-467.

- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression (2nd ed)*. USA: John Wiley & Sons.
- Instituto Nacional de Estatística, 2011. (s.d.). Obtido em 15 de dezembro de 2011, de http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_cont_inst&ine_smenu.boui=13710675&INST=53864
- Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007). Strategic entrepreneurship: creating competitive advantage through streams of innovation. *Business Horizons*, 50 (1), 49-59.
- Jonathan, E. G. (2003). Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE - *Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, (pp. 41-53). Brasília .
- Júnior, J. B., Araújo, P. C., Wolf, S. M., & Ribeiro, T. V. (2006). Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. *Revista de Ciências da Administração*, 8 (15).
- Justo, R. (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras. Tesis Doctoral, Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo, Universidad Autónoma de Madrid.*
- Kirzner, I. M. (1973). Competition and entrepreneurship. *The University of Chicago Press*.
- Kobia, M., &. (2010). Towards a search for the meaning of entrepreneurship. *Journal of European Industrial Training*, 34(2), 110-127.
- Leiria, A. C., Palma, P. J., & Cunha, M. P. (2006). O Contrato psicológico em organizações empreendedoras: perspectivas do empreendedor e da equipa. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12 (1), 67-95.
- Leite, A., & Oliveira, F. (2007). Empreendedorismo e novas tendências. *Estudo Edit Value Empresa Júnior* 5.
- Lindo, M. R., Cardoso, P. M., Rodrigues, M. E., & Wetzal, U. (2007). Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. *Revista de Administração Contemporânea*, 1(1), 1-15.
- Macedo, M., & Mitidieri, T. C. (2006). Aspectos psicológicos determinantes do comportamento empreendedor. *Revista Científica InterSaberes*, 1(2).
- Machado, H. V. (2002). *Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.*
- Machado, V. H., St-Cyr, L., Mione, A., & Alves, M. C. (2003). O Processo de criação de empresas por mulheres, 2 (2). *Revista de Administração Econômica*.
- Marlow, S., & Patton, D. (2005). All credit for men? Entrepreneurship, finance and gender, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), 717-735.

- Marôco, J. (2010). Análise estatística com o PASW Statistics (ex-SPSS). Report Number: Pêro Pinheiro.
- Martins, S. P. (2006). *Indicadores para medir o empreendedorismo em regiões Europeias. Dissertação de Mestrado em Gestão da Ciência Tecnologia e Inovação. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial Universidade de Aveiro.*
- McFadden, D. (1973). Conditional logit analysis of qualitative choice behavior. *In Zarembka, P (Ed), Frontiers in Econometrics*, 105-142.
- Minniti, M. (2011). Female entrepreneurship and economic activity. *European Journal of Development Research*, 22, 294-312.
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28 (2-3), 223-238.
- Minniti, M., & Naude, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female. *European Journal of Development Research*, 22 (3), 277-293.
- Muniz, C. N. (2008). *Atitude empreendedora e suas dimensões: um estudo em micro e pequenas empresas, Pós - Graduação em Administração. Universidade de Brasília.*
- Nogueira, C. I. (2009). *Mulheres com negócios contributos para uma avaliação do potencial emancipatório do empreendedorismo feminino. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.*
- Peñaloza, V., Diógenes, C. G., & Sousa, S. J. (2008). Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. *Revista de Administração Mackenzie*, 9 (8), 151-167.
- Peneder, M. (2009). The meaning of entrepreneurship: a modular concept. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 9(2), 77-99.
- Portela, J., Hespanha, P., Nogueira, C., Teixeira, M. S. & Batista, A. (2008). *Microempreendedorismo em Portugal. experiências e perspectivas.* Lisboa.
- Raposo, M., &. (2000). Entrepreneurship: uma nova área do pensamento científico. *Revista de Gestão e Economia*, 1/2000, 57-64.
- Redford, D. T. (2006). Entrepreneurship education in Portugal: 2004/2005 national survey. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12 (1), 19-41.
- Redford, D. T. (2008). *The state of entrepreneurship education in Portugal. An empirical study on a nascent system in the European Union policy framework, Doctor in Philosophy in Management, Strategy and Entrepreneurship.* Lisboa: Portugal: ISCTE Business School.
- Reynolds, P.D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., de Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. and Chin, N (2005). *Global Entrepreneurship Monitor. Data Collection Design and Implementation 1998 –2003. Small Business Economics*, 24 (3), Small Business Economics, 24 (3), 205–231.

- Raposo, M., Ferreira, J., & Rodrigues, R. (2007). Propensão para a criação da própria empresa - proposta e teste de um modelo conceptual com recurso a equações estruturais. In Ayala Calvo, J. G. & FEDRA (Eds), *Conocimiento, Innovación y Emprendedores: Caminho al Futuro*. Universidad de La Rioja: España
- Roma, V. M. (2006). *O Empreendedor brasileiro- um estudo exploratório sobre personalidade, inteligência emocional e desempenho*, Dissertação de Mestrado Profissionalizante em Administração, Faculdade de Economia e Finanças IBMEC, Rio de Janeiro.
- Santos, C., & Teixeira, A. C. (2009). *The evolution of the literature on entrepreneurship. Uncovering some under researched themes*. Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto, Portugal: FEP working papers, 335.
- Sarfraz, L. & Faghih, N. (2011). Women's Entrepreneurship in Iran: A GEM Based-Data Evidence. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 45-57.
- Sarkar, S. (2007). *Empreendedorismo e inovação*. Lisboa: Escolar Editora.
- Sarmiento, E. M., & Nunes, A. (2011). Criação de empresas em Portugal e Espanha: Análise comparativa com base nos dados do Banco Mundial. *Working Paper n.º 08/2011*, 1-31
- Sarmiento, E. M., & Nunes, A. (2011). Getting smaller: size dynamics of employer enterprises in Portugal, in Neves, A. O. (ed). *Economic Analysis using Linked Employer and Employee Data*, *Cadernos Sociedade e Trabalho*, Ministério do Trabalho e da Segurança Social, 15, 95-113.
- Sarmiento, E. M., & Nunes, A. (2010). Business creation in Portugal: Comparison between the World Bank data and Quadros de Pessoal. *Working Papers em Gestão nº1/2010*, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press. Cambridge: MA.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*, George Allen & Unwin. New York.
- Silva, C., &. (2011). *Empreendedorismo político em Portugal. uma análise exploratória*. Porto, Portuga: FEP working papers, 427, Faculdade de Economia da Universidade do Porto.
- Silva, M. A., Correia, M. F., Scholten, M., & Gomes, L. F. (2008). Cultura nacional e orientação empreendedora: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 14 (1), 65-84.
- Silveira, A., & Gouvêa, A. B. (2008). Empreendedorismo Feminino: Mulheres Gerentes de Empresas. *Faces Revista de Administração*, 7 (3), 124-138.
- Sociedade Portuguesa de Inovação, S. (2004). *Relatório síntese estudo de avaliação do potencial empreendedor em Portugal em 2004 Projeto GEM Portugal 2004*. Porto.

- Sousa, D. P., & Serralvo, F. S. (2008). Um novo modelo de administração: o empreendedorismo corporativo. *Revista Científica da Faculdade das Américas, II (1)*.
- Sternberg, R., & Wennekers, S. (2005). Determinants and effects of new business creation using *Global Entrepreneurship Monitor Data*. *Small Business Economics, 24 (3)*, 193-203.
- Teixeira, R. M., Ducci, N. P., Sarrassini, N. S., Munhê, V. P., & Ducci, L. Z. (2011). Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. *Revista de Gestão REGE, 18(1)*, 3-18.
- Trigo, V. (2003). *Entre o estado e o mercado: empreendedorismo e a condição do empresário na China*. Ad Litteram.
- Tsyganova, T. & Shirokova, G. (2010). Gender Differences in Entrepreneurship: Evidence from GEM Data,. *Organizations and markets in emerging economies, 1(1)*, 120-141. .
- Van Stel, A. C. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics, 24 (3)*, 311-321.
- Verheul, I., Van Stel, A., & Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development, 18*. 151-183.
- Willerding, I. A. (2011). *Empreendedorismo em organização pública intensiva em conhecimento: um estudo de caso, Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina*.
- Winkler, C. A., & Medeiros, J. (2011). Mulheres em preendedoras: Uma questão de gênero. *Livro de Actas do Simpósio Gênero e Políticas Públicas*, 1-14. Londrina.
- Wooldridge, J.M. (2009). *Introductory Econometrics - A Modern Approach (4th Edition)*, USA: South-Western Cengage Learning.
- Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth. Evidence from GEM data. *Small Business Economics, 24(3)*, 335-350.

Texto escrito conforme o Acordo Ortográfico - convertido pelo Lince.