



DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

MESTRADO EM GESTÃO DE EMPRESAS

UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA

“LUÍS DE CAMÕES”

**Gestão Feminina: Um estudo exploratório sobre as mulheres
empreendedoras e intraempreendedoras na área metropolitana de**

Lisboa - Portugal

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Gestão de Empresas

Autora: Kamilla Rodrigues Ribeiro

Orientador: Prof. Doutor José Manuel Brás dos Santos

Número da candidata: 20161520

Janeiro de 2020

Lisboa

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a menina Kamilla por não ter desisto dos sonhos,
a menina que nasceu em uma família onde quem prevalecia era os homens,
a menina que viu por muitas vezes seus objetivos serem frustrados,
a menina que acreditou em um futuro melhor,
Obrigado!

AGRADECIMENTO

Quero agradecer em primeiro lugar ao meu Deus ao meu amigo fiel sem a sua direção e o seu amor Pai, nada disso estarei se concretizando.

Agradeço a minha Mãe sem o seu apoio eu não estaria nesta nação, a senhora é meu exemplo de coragem.

Agradeço aos meus avós Dalvina e Manoel, sua garra Vó e sua força Vô fazem dessa família a melhor do mundo.

Agradeço a minha amiga, tia, confidente e segunda mãe Neth você sabe a importância que tem na minha vida.

Agradeço aos meus dois pais, meu genitor Nicanor e meu padastro Fabio obrigado pela educação que me deram, sou privilegiada por fazerem parte da minha vida.

Agradeço aos meus irmãos Junior e Bruno meu amor por vocês é incondicional!

Meus sobrinhos amados Isaque, Davi e Miguel vocês são a minha alegria.

Agradeço especialmente aos meus tios Marcos, Elaine a nossa princesa da casa Duda obrigado por me receber e me apoiar nessa caminhada e por cuidar tão bem de mim.

Agradeço a minha família no Brasil, gratidão por ter vocês para chamar de família.

Agradeço as minhas amigas gatas que Portugal me proporcionou Sofia, Luiza, Karolline e Sara quantas risadas, quantos dias cinzas e imensos dias ensolarados.

Agradeço aos meus amigos de fé Antonica, Rosalina, Leninha, Meire e tantos outros, obrigado pelas palavras de fé e orações.

Agradeço ao meu professor, amigo, orientador e parceiro de trabalho, não tenho palavras Brás para expressar minha ENORME gratidão por ter conhecido e ter dito o privilégio de trabalhar contigo, obrigado por ter oferecido seu tempo, pelo incentivo nas horas que pensei em desistir, aos puxões de orelha que precisei, por sua confiança depositada em mim, pelo carinho que colocou nesse trabalho e pelas infinitas risadas, OBRIGADO!!

Amo cada um de vocês!!

Obrigado a todos os amigos que ficaram no Brasil,

Obrigado a todos que contribuíram de alguma forma ao longo dessa trajetória,

Obrigado também aqueles que não acreditaram em mim.

Kamilla Ribeiro

RESUMO

O empreendedorismo é um tema bastante explorado atualmente e muito comentado no âmbito social e econômico, sendo relacionado com a criação, inovação e crescimento econômico. A revisão da literatura buscou uma análise inicialmente sobre a história do empreendedorismo e seus principais estudos e teorias. O conceito de empreendedor evoluiu ao longo das décadas passando de capitalista a agente fundamental do desenvolvimento econômico. Com variadas áreas de estudo o presente trabalho tem como foco o empreendedorismo feminino, apresentando sua história e luta da classe feminina pela igualdade de gênero e direitos. Desenvolveu-se uma busca para compreender a prática do empreendedorismo feminino e quais são as motivações, barreiras na criação do negócio e as características das mulheres empreendedoras, especificadamente em Portugal. A análise permitiu abordar a questão de gênero e o empreendedorismo relacionando obstáculos específicos vivenciados por grande parte das mulheres inseridas no ambiente corporativo. Os artigos científicos encontrados evidenciaram a existência de uma pequena quantidade de estudos direcionado ao público feminino e a questão do gênero, apesar de a grande maioria da população do país ser do gênero feminino. Este estudo é de natureza exploratória com uma abordagem quantitativa, na forma de coleta de dados através de questionários, a amostra deste estudo envolveu cinquenta e seis participantes empreendedoras portuguesas em diferentes áreas da região metropolitana de Lisboa.

Palavras-chave: empreendedorismo no feminino; gênero; motivações; gestão; Portugal.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a theme that is widely explored today and much commented in the social and economic sphere, related to the creation, innovation, and economic growth. The literature review sought an analysis initially about the history of entrepreneurship and its major studies and theories. The concept of entrepreneur has evolved over the decades from capitalist to fundamental agent of economic development. With several study areas, the present work focuses on female entrepreneurship, presenting its history and struggle of the female class for gender equality and rights. A search was developed to understand the practice of female entrepreneurship and what are the motivations, barriers in business creation, and the characteristics of women entrepreneurs, specifically in Portugal. The analysis allowed addressing the issue of gender and entrepreneurship by relating specific obstacles experienced by most women inserted in the corporate environment. The scientific articles found evidenced the existence of a small number of studies directed to the female public and the gender issue, although most of the country's population is female. This is an exploratory study with a quantitative approach, in the form of data collection through questionnaires, the sample of this study involved fifty-six Portuguese entrepreneurial participants in different areas of the Lisbon metropolitan region.

Keywords: female entrepreneurship; gender; motivations; management; Portugal.

ÍNDICE GERAL

DEDICATÓRIA.....	3
AGRADECIMENTO	4
RESUMO	5
ABSTRACT	6
ÍNDICE TABELAS	9
ÍNDICE FIGURAS	9
ÍNDICE GRÁFICOS.....	10
LISTA DE ABREVIATURAS	11
1. INTRODUÇÃO	12
2. REVISÃO DA LITERATURA	17
2.1. Evolução Histórica do conceito de empreendedorismo	17
2.2. Teorias do empreendedorismo	21
2.3. <i>Características Empreendedoras e comportamento empreendedor</i>	24
2.3.1. <i>Comportamento Empreendedor</i>	26
2.3.2. <i>Empreendedorismo por necessidade ou oportunidade</i>	28
2.4. <i>Tipos de Empreendedorismo</i>	30
2.5. <i>Empreendedorismo na Europa</i>	34
2.5.1. <i>Educação para o empreendedorismo na Europa</i>	34
2.5.2. <i>Empreendedorismo em Portugal</i>	36
2.6. <i>Empreendedorismo Feminino</i>	40
2.6.1. <i>História do processo empreendedor feminino</i>	40
2.7. <i>Gestão e Liderança Feminina</i>	46
2.8. <i>Motivações para o empreendedorismo feminino</i>	47
2.8.1. <i>Fatores que influenciam no processo empreendedor das mulheres</i>	49
2.8.1.1. <i>Teto de Vidro</i>	49
2.8.1.2. <i>Desigualdade Salarial dentro das empresas</i>	52
2.8.1.3. <i>Conciliação família e carreira</i>	55
2.9. <i>Empreendedorismo Feminino em Portugal</i>	58
2.10. <i>Intraempreendedorismo</i>	65
3. METODOLOGIA	69

3.1. Desenho da investigação	69
3.2. Caracterização do estudo.....	70
3.3. Coleta e análise dos dados.....	71
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	72
4.1. Descrição da Amostra	72
4.2. Confiabilidade do Questionário	79
4.3. Correlações.....	79
5 CONCLUSÃO	83
5.1. Implicações para a prática	85
5.2. Limitações	85
5.3. Futuras linhas de pesquisa.....	86
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS.....	116
Anexo I - Carta Convite.....	116
Anexo II - Questionário	117

ÍNDICE TABELAS

Tabela 1 Cronologia das iniciativas sobre o estudo empreendedor entre a década de 1910 a 1990.....	20
Tabela 2 Teorias do empreendedorismo.	22
Tabela 3 Diferenças do empreendedorismo de oportunidade x necessidade.	30
Tabela 4 Evolução do posicionamento de taxa TEA de Portugal.	37
Tabela 5 Resumo cronológico de estudos sobre empreendedorismo feminino:	44
Tabela 6 Orientação de economias.....	59
Tabela 7 Vantagens e desvantagens de cada processo.	67
Tabela 8 Faixa Etária.....	72
Tabela 9 Nacionalidade.	72
Tabela 10 Estado Civil.	73
Tabela 11 Filhos.	73
Tabela 12 Habilitações Literárias.	74
Tabela 13 Situação Profissional (antes do empreendedorismo).....	74
Tabela 14 Atividade empreendedora.....	74
Tabela 15 Tempo de Empreendedor.	75
Tabela 16 Quantidade de Colaboradores na Empresa.....	76
Tabela 17 Faixa Etária* versus Nacionalidade (count, total %).	76
Tabela 18 Estado Civil* versus Nacionalidade (count, total %).	77
Tabela 19 Filhos* versus Nacionalidade (count, total %).	77
Tabela 20 Habilitações Literárias* versus Nacionalidade (count, total %).	78
Tabela 21 Situação Profissional* "antes do empreendedorismo" versus Nacionalidade (count, total %).	78
Tabela 22 Análise de confiabilidade.	79
Tabela 23 Item / Estatísticas Total.	79
Tabela 24 Correlações rho de Spearman entre empreendedorismo e Big five . Erro! Indicador não definido.	
Tabela 25 Correlações Tau de Kendall	81
Tabela 26 Correlações de Spearman e de Kendall entre Intraempreendedorismo e Big five....	82

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Diferentes tipos de inovação segundo Schumpeter.	17
Figura 2 Características do Empreendedor.	25
Figura 3 Características do comportamento empreendedor.	27
Figura 4 - Evolução do tema empreendedorismo.....	32

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 Número de publicações sobre o tema empreendedorismo.....	33
Gráfico 2 Gênero no empreendedorismo de Portugal.....	36
Gráfico 3 Atividade empresarial total em estágio inicial em 64 economias.....	39
Gráfico 4 Mulheres em cargos de alto nível de gestão nas maiores instituições financeiras do mundo.....	51
Gráfico 5 Comparação regional de mulheres em conselhos de empresas.....	52
Gráfico 6 Diferença Salarial Entre 2014 e 2018 nos países da União Europeia.....	54
Gráfico 7 Desigualdade salarial entre 2004 a 2016.....	55
Gráfico 8 Percentual de mulheres com redução na carga horária.....	57
Gráfico 9 Taxa de vida de uma empresa para ambos os gêneros.....	60
Gráfico 10 Nível educacional médio dos empreendedores EU-37 2012.....	61
Gráfico 11 Proporção que informa que o medo de falhar os impede de iniciar um negócio, 2013-2017.....	62
Gráfico 12 Proporção que considera ter habilidades para iniciar um negócio, 2013-2017.....	63
Gráfico 13 Países e quantidade de publicações sobre empreendedorismo feminino.....	64

LISTA DE ABREVIATURAS

CCEs - Características Comportamentais

CEO - Chief Executive Officer

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

OCDE - Organisation de coopération et de développement économiques

TEA - Total Entrepreneurial Activity

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo ganhou bastante notoriedade nas últimas décadas alvo tanto de interesse financeiro e acadêmico seu termo é utilizado desde a idade média, não existindo um único conceito para definir seu significado, tendo gerado divergências entre economistas, professores e pensadores. O estudo sobre o tema e sua popularização tornou mais abrangente e conhecido após a teoria da *Destruição Criativa* do economista Joseph Schumpeter onde o autor afirma que o empreendedor possui habilidades de produzir, com capacidade de reunir fundos de investimento, sendo um agente capitalista e multifuncional. Na literatura a atividade empreendedora é a descoberta de novas combinações de recursos, sendo distinguida com frequência por atributos como, por exemplo: inovação; independência; riscos; incertezas e criatividade.

De acordo com Hoselitz (1952) alguns escritores identificaram o empreendedorismo com a função de gerar incertezas, outros com a coordenação dos recursos produtivos, outros com a introdução de inovações e outros com a provisão de capital, isso mostra que o empreendedorismo tem diferentes conceitos e aspectos, permitindo sua utilização em condições distintas.

O responsável por impulsionar e caracterizar o empreendedorismo e seu processo é denominado de empreendedor, o indivíduo que enxerga e aproveita as oportunidades de negócio, assumindo riscos para colocar em prática seu plano, o empreendedor dispõe de várias características como, por exemplo:

- Autoconfiança;
- Determinação;
- Responsabilidade;
- Eficiência;
- Visão, entre outras.

O empreendedor precisa está comprometido com seu negócio para perceber as oportunidades e transformar os recursos em negócios lucrativos, sendo capaz de alterar a economia ao seu redor. O empreendedorismo é um dos mais recentes campos de estudo da gestão (Wortman, 1987, 1990), no entanto, conta já com cinco décadas de estudo e nas décadas mais recentes as questões de gênero ganharam relevo por meio da publicação de diversos artigos (entre outros, Chreim,

Spence, Crick, & Liao, 2018; Papageorgiou, 2018; Poczter & Shapsis, 2018; Shinnar, Hsu, Powell, & Zhou, 2017).

No entanto, o empreendedorismo é fundamentado como um excelente potencializador de desenvolvimento econômico e na geração de novos postos de trabalho é possível através do processo empreendedor proporcionar crescimento na economia e possibilitar autonomia dentro da sociedade onde está inserida a empresa, porém, para empreender é preciso identificar oportunidades, ter visão estratégica, desenvolver competências e habilidades para implementar mudanças e melhorias no mercado. Diante da crescente exigência por novos produtos e serviços o empreendedorismo com sua capacidade de inovação permite a descoberta de novos mercados e a identificação de necessidades que consiste em reais oportunidades de negócio.

O desenvolvimento do empreendedorismo em artigos científicos permitiu a transformação de outras áreas de estudo de forma direta e indiretamente, o tema não se limitou a ficar somente na área econômica, abrangendo assuntos atuais e permitindo o estudo em outras áreas tais como: Empreendedorismo de Sustentabilidade, Social, Corporativo, Digital, de Startup e Feminino o qual é tema principal desta dissertação. O empreendedorismo tornou - se um tema muito amplo e com uma enorme variedade de assuntos para pesquisa e desenvolvimento intelectual, tecnológico e acadêmico.

O tema da presente dissertação o empreendedorismo feminino é o estudo relacionado com os negócios criados e administrados por mulheres, estando vinculado exclusivamente com os interesses, ações e questões do processo empreendedor feminino. Antigamente a figura feminina era vista como um ser inferior, sem direito e voz, seu papel na sociedade era reservado a cuidar da família e da casa. Porém sua batalha histórica pelo fim da desigualdade e segregação de gênero tornou crescente sua presença em diversos segmentos de negócio, com isso sua participação no mercado de trabalho como empreendedora demonstra o emponderamento das conquistas femininas ao longo dos anos.

Apesar da expansão da presença feminina em todos os campos de conhecimento e trabalho e a luta por igualdade e direitos das mulheres o empreendedorismo feminino ainda é pouco explorado. Foram publicados em 2017 cerca de 20 artigos envolvendo mulheres ou questões de gênero, surgindo temas recorrentes como a disparidade de ganhos em razão do gênero (Briscoe & Joshi, 2017) ou novos temas, entre eles, o empreendedorismo feminino ligado à tecnologia e mundo rural (Venkatesh et al., 2017) ou a diferença de tratamento no financiamento de uma startup em razão do gênero (Kanze et al., 2018).

No caso da revista científica *Academy of Management Review*, ainda que o número de artigos publicados seja apenas de 129, registra-se interesse nas questões de gênero desde 1976, com a publicação de um artigo de investigação na banca comercial em que Murrey Jr (1976), a qual é referida a discriminação em relação às mulheres. O mesmo ocorre em diversas revistas científicas do campo da gestão bem qualificadas e cujos artigos publicados costumam ser altamente citados. Entretanto o empreendedorismo é predominante do gênero masculino e seus estudos tem maior direção para o tema como um todo.

Existem muitas dificuldades e obstáculos no processo empreendedor feminino à conquista de espaço da mulher no mercado empreendedor ainda gera bastante preconceito, infelizmente os desafios enfrentados pelo gênero feminino ainda limita maiores iniciativas. A pesquisa sobre empreendedorismo feminino em Portugal ainda é escassa e pouco explorada, apesar de existir muitas mulheres a frente de uma empresa, construindo um mercado de inclusão e consequentemente avanço socioeconômico.

Da mesma forma o tema de intraempreendedorismo dentro das organizações é um tema bem recente no ambiente corporativo, os intraempreendedores são pessoas que buscam contribuir para o crescimento e desenvolvimento da empresa onde estão inseridos. Sendo caracterizado como o ato de empreender dentro de uma organização já existente, através de novas tecnologias, produtos, serviços, estratégias e procedimentos administrativos, porém seu estudo ainda é recente no ambiente acadêmico. Portanto a presente dissertação pretende explanar o perfil das mulheres empreendedoras e suas características, esta investigação está direcionada as empreendedoras da região metropolitana de Lisboa e relativamente ao intraempreendedorismo feminino.

- Objetivo Geral

Conhecer as razões pelas quais existem mulheres que escolhem o empreendedorismo em lugar de seguirem uma carreira profissional que as leve ao topo da organização, analisando as questões de desigualdade de gênero em Portugal e o intraempreendedorismo feminino.

- Objetivos Específicos do Trabalho

São objetivos específicos deste projeto de investigação:

- ✓ Comparar as características e condições sócio demográficas das mulheres que optam pelo empreendedorismo com as que preferem seguir uma carreira profissional;

- ✓ Observar o grau de desigualdade de gênero existente ou percebido, nomeadamente se as mulheres continuam sendo vítimas de estereótipo quanto a trabalhos ou ocupações consideradas como especificamente femininas ou masculinas;
- ✓ Identificar em que setores ou atividades se registra aumento da participação da mulher como empreendedora ou em cargos de liderança;
- ✓ Analisar de que forma o ambiente familiar tem influência na decisão da mulher concretizar e desenvolver um projeto empreendedor;
- ✓ Identificar quais são os setores de negócio escolhidos pelas mulheres empreendedoras;
- ✓ Analisar a influência das condições financeiras no processo de optar pelo seu próprio negócio;
- ✓ Identificar e categorizar as dificuldades, barreiras e obstáculos enfrentados;
- ✓ Construir e propor uma escala de mensuração que permita hierarquizar as barreiras e obstáculos enfrentados pelas mulheres empreendedoras e intraempreendedoras no decorrer das suas carreiras;
- ✓ Construir e propor uma escala de medição das percepções sobre a desigualdade de gênero no âmbito da gestão de recursos humanos;
- ✓ Contribuir para o aumento do conhecimento sobre as questões de gênero no âmbito da gestão, mediante incorporação das teorias feministas no estudo dos fenômenos da gestão do capital humano;
- ✓ Verificar se existem diferenças significativas entre a Gestão Feminina e a Gestão Masculina.

- Estrutura da Dissertação

O presente trabalho está dividido em cinco capítulos.

O primeiro capítulo é dedicado a introdução e apresentação do tema escolhido e fornece os objetivos da investigação.

O segundo capítulo traz uma revisão da literatura sobre o conceito de empreendedorismo identificando suas principais definições e autores, apresenta os primeiros e principais estudos sobre o tema e as duas importantes teorias seguidas.

As características do empreendedor e seu comportamento são elucidadas para melhor compreensão do agente empreendedor. Depois expõe as questões do empreendedorismo por

necessidade e oportunidade e suas razões. Fornece fundamentos do empreendedorismo na Europa e em Portugal e dados estatísticos recentes sobre visão do empreendedorismo na União Europeia.

A segunda parte do capítulo traz uma abordagem sobre o tema do empreendedorismo feminino iniciando com a história da luta do gênero feminino na conquista de igualdade e direitos, salientando os principais movimentos e ativistas da época.

É apresentada uma abordagem sobre a gestão e liderança feminina e as principais motivações e fatores que levam a mulher a torna -se empreendedora e o empreendedorismo em Portugal e diferentes pesquisas acerca do estudo no país.

No entanto na última parte do capítulo é relatado o conceito de intraempreendedorismo e uma comparação das vantagens e desvantagens de ser intraempreendedor e empreendedor.

O capítulo três é apresentado a parte da metodologia e como a pesquisa foi desenvolvida, os procedimentos metodológicos para definir a amostra, coleta, tratamento e análise de dados.

O capítulo quatro traz a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa, as análises exploratórias, os resultados da pesquisa e a sua discussão.

No capítulo cinco é apresentada a conclusão, limitações e futuras linhas de pesquisa.

As referências bibliográficas, apêndices e anexo estão na parte final deste trabalho.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Evolução Histórica do conceito de empreendedorismo

O empreendedorismo é o impulso de criar, inovar, concretizar novos negócios ou transformar os já existentes, visto como arranque do crescimento econômico. A palavra empreendedor é derivada do Francês *Entrepreneur* sendo usada pela primeira vez no século XVI que quer dizer aquele que assume riscos e idealiza novos métodos. Muitos estudos foram realizados para definir o conceito de empreendedorismo, na Idade Média a palavra estava ligada a criatividade e inovação, o papel do empreendedor como principal agente na economia de mercado livre já havia sido reconhecido na Grécia antiga pelo sistema protocapitalista. A partir do século XVII os primeiros indícios surgiram com produtores, o qual forneciam serviços ou produtos para o governo perante acordo contratual, sendo que a partir dessa prática a relação de inovação e risco surgiu.

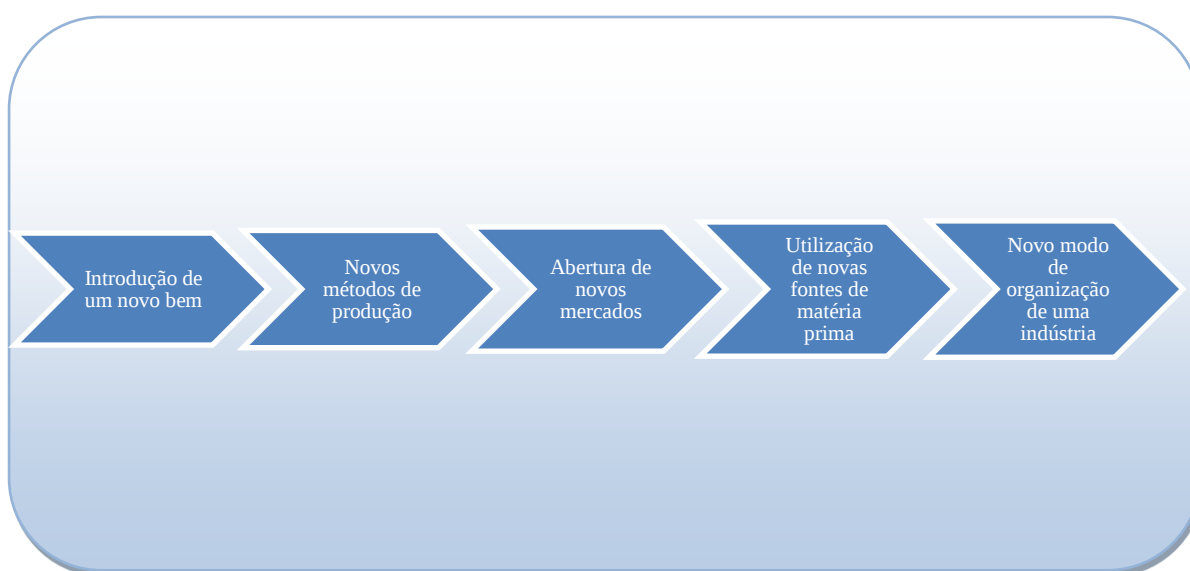
No século XVII o economista e banqueiro Richard Cantillon foi o primeiro a considerar o papel do empreendedor, definiu suas funções como aquele que não tem renda fixa, ao qual tem receita instável, acreditando que o empreendedor trouxe estabilidade para o mercado financeiro, capaz de conhecer as preferências do consumidor (Brown & Thornton, 2013; Hébert & Link, 1989).

Por outro lado, Jean-Baptiste Say, defini o empreendedor como agente de mudança que transforma procura em oferta, desempenhando o papel central de produção e distribuição, atribuindo as funções de coordenador, líder e gerente (Filion, 1998; Praag, 1999). No entanto o autor Adam Smith considerou o processo empreendedor como capitalista referindo-se como um procedimento de estudo das ações humanas que levam a mudanças na divisão do trabalho (Michael, 2007; Newbert, 2003).

Posteriormente no século XX o economista Austríaco Joseph Alois Schumpeter, definiu o empreendedor como agente de inovação e de destruição criativa. No qual o empreendedorismo está em assimilar oportunidade com negócios, criação de novos produtos, serviços e exploração de novos recursos. De acordo com o economista a pessoa se torna empreendedor quando ela age, o empreendedorismo é definido pela natureza das ações, na criação de valor e na busca contínua de oportunidades (Carton, Hofer, & Meeks, 1998).

Para Schumpeter o ato de empreender é criar circunstâncias para transformar qualquer área de negócios, e na junção de meios produtivos e desenvolvimento econômico, enfatizando que

quem procura lucros precisa de inovação. O economista afirmava que empreender é inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade ou território, onde o empreendedor atua, em um novo ciclo de crescimento, capaz de romper uma ruptura no fluxo econômico contínuo, aproveitando e desenvolvendo novas ideias e conceitos (Martes, 2010).



Fonte: (Adap. Martes, 2010)

Entretanto para o professor e escritor considerado o pai da administração moderna Peter Drucker (citado por Vohra & Mukul, 2009), o empreendedor precisar ser inovador, organizado e que contenha esforço e que antes dá inovação acontecer o empreendedor precisa passar por um processo de euforia, entusiasmo para que a inovação possa fluir. A inovação é uma ferramenta indispensável para o empreendedorismo é um ato de criação de riqueza. As empresas somente sobrevivem se existir mudança através de inovações contínuas. Pelo contrário Timmons (1994) define que o empreendedorismo é a competência de criar um negócio a partir do zero. Afirmando que o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, exige autoconfiança, metas, criatividade e controle.

E neste aspecto que o empreendedorismo tem a eficácia de criar uma nova cultura organizacional e desenvolvimento econômico, com a combinação da tecnologia, tendo o privilégio de entrevê os produtos e serviços desejados pelos clientes.

De acordo com Fillion (Fillion, 1999, 2000) o empreendedorismo pode ser considerado com um passo em direção à conquista da liberdade, no qual o empreendedorismo é expresso em formas

organizacionais menores. Sendo que o processo empreendedor está ligado particularmente com a sua visão, com a maneira que ele percebe o que está ocorrendo a sua volta, seu conhecimento em um mercado específico, atividade, produto ou processo em desenvolvimento irá leva-lo a ter uma perspectiva de algo a comercializar.

Na perspectiva de Frank Knight economista americano nascido no final do século XIX (citado por Peneder, 2009) defende que o método de empreender é transformar ideias inovadoras em ações lucrativas, enfatizando que onde existe inovação, encontra-se o risco, o empreendedor se sente confiante sobre a capacidade de tomar decisões em condições de incerteza. O assumir riscos está ligado ao empreendedorismo o qual é parte do desenvolvimento de mobilizar recursos, criar novas empresas e identificar oportunidades.

No entanto, para Israel M. Kirzner um dos principais economistas da escola austríaca (citado por Vale et al., 2014) o empreendedor é o indivíduo que sempre está em situação de alerta, na condição de encontrar e explorar novas oportunidades, o economista afirmava que o empreendedor estando alerta tem maiores e melhores possibilidades de identificar negócios lucrativos. Segundo Shane & Venkataraman (2000) o empreendedorismo é como fonte de exploração, oportunidade e descoberta. O empreendedorismo assume destaque no crescente avanço econômico, na geração de empregos, na exploração de novas oportunidades e tecnologias, com forte influência na legislação, na criação de novos mercados, projetos e revitalização de antigos negócios, tendo impacto positivo na sociedade e nos indivíduos envolvidos.

De acordo com Murphy, Liao & Welsch (2006) o empreendedorismo pode ser descrito através da introdução de novos bens, modos de produção, mercados, fontes de matérias-primas ou formas organizacionais. Do mesmo modo o empreendedorismo está envolvido em uma economia de incertezas, na distribuição de recursos e em determinados comportamentos, etnias e classe econômica. No sentido da economia moderna o empreendedor é um agente econômico que assume um comportamento ativo, e aceita deliberadamente os riscos de desenvolver um novo projecto (Rusu, FlorinLucian, Cureteanu, & Csorba, 2012).

O empreendedorismo é frequentemente visto como um processo de identificação de oportunidade, requisitos, aquisição de recursos, planejamento e implementação (Neck & Greene, 2010). Porém, o empreendedor é constantemente desafiado a desenvolver soluções criativas e estratégias inovadoras, sendo essas duas ligações inseparáveis para obter um empreendimento de sucesso evidenciado por diversos autores por ex (Córdoba Zuñiga et al.,

2018; J. H. Dyer et al., 2008; Fillis & Rentschler, 2010; Gilad, 1984; Matthews, 2007).

Por outro lado, para Gartner (1989) o que diferencia um empreendedor de um não empreendedor é a criação de uma organização, o agente empreendedor é visto como um conjunto de iniciativas para a construção de uma empresa. Para os pesquisadores (Gezer & Cardoso, 2015; Gomes, 2011; Souza & Lopez Júnior, 2011) o ato de empreender traz crescimento social e econômico, potencializa a criação de novos recursos tecnológicos e garante a geração de lucro. O empreendedorismo é um elemento importante para o fornecimento de emprego e expansão da economia para a sociedade local, assegurando o desenvolvimento financeiro. O conceito é utilizado em diferentes circunstâncias desde o indivíduo que assumi risco ao agente de inovação, contudo na difusão para a compreensão do tema foram surgindo diversas iniciativas para estudar e caracterizar o conceito considerado uma nova ciência, a tabela 1 mostra as primeiras atividades, cursos de especialização e materiais direcionados exclusivamente para a internacionalização do assunto.

Tabela 1 Cronologia das iniciativas sobre o estudo empreendedor entre a década de 1910 a 1990.

Ano	País	Estilo	Publicação
1911	E.U.A	Livro	<i>The Theory of Economic Development</i> , de Schumpeter
1947	E.U.A	Curso	Primeiro curso sobre empreendedorismo fornecido pela Havard Business School por Myles Mace.
1948	Suíça	Conferência Acadêmica	A primeira conferência sobre pequenas empresas e seus problemas, foi realizada em St. Gallen Universidade na Suíça.
1949	E.U.A	Revista	Explorações na história empresarial começam a ser publicadas em Harvard (Primeira revista de pesquisa voltada para empreendedores, interrompeu a publicação em 1969).
1953	E.U.A	Curso	Na universidade de New York foi ministrado por Peter Drucker o primeiro curso sobre empreendedorismo e inovação.
1961	E.U.A	Livro	Gerenciamento de pequenas empresas de Halsey Broom, publicado pela South western.
1963	E.U.A	Periódico Acadêmico	É iniciado o <i>Journal of Small Business Management</i> (JSBM).
1965	E.U.A	Revista Universitária	O empresário de P&D: perfil de sucesso de Schrage sai na Harvard Business Review (Primeiro grande trabalho sobre empreendedorismo de alta tecnologia).
1970	E.U.A	Conferência Acadêmica	Primeira grande conferência de pesquisa acadêmica, simpósio sobre empreendedorismo técnico, presidido por John Komives e Arnold Cooper em Purdue.

1973	Canada	Conferência Internacional	Primeira conferência internacional sobre pesquisa do tema empreendedorismo, realizada em Toronto.
1973	E.U.A	Revista Acadêmica	<i>Entrepreneurship Theory and Practice</i> primeira revista científica sobre o assunto.
1975	E.U.A	Simpósio Internacional	Reunião internacional empreendedorismo e desenvolvimento empresarial realizada em Cincinnati.
1977	E.U.A	Revista	<i>Entrepreneur Magazine</i> é uma revista e site americano sobre empreendedorismo.
1978	E.U.A	Academia de Empreendedores	Foi criada a <i>Distinguished Entrepreneurs da Babson College</i> para reconhecer empreendedores de todo o mundo que contribuem significativamente para o desenvolvimento da sociedade em todo o mundo.
1982	E.U.A	Livro	Enciclopédia do empreendedorismo dos autores Calvin A. Kent, Donald L. Sexton e Karl H. Vesper, examinam o tema em diferentes estruturas (sociológica, psicológica, econômica, risco e educação)
1985	E.U.A	Periódico Acadêmico	<i>Journal of Business Venturing</i> publicações multidisciplinares sobre todos os ângulos do empreendedorismo.
1988	E.U.A	Periódico Acadêmico	<i>Family Business Review</i> publicado trimestralmente dedicado exclusivamente a empresas controladas por famílias independentes de seu tamanho.
1992	E.U.A	Fundação	Centro de liderança empresarial criado na Fundação Ewing Mario Kauffman, é a maior fundação com interesse direto na educação em empreendedorismo.

Fonte: (Adap. Cooper, 2005; Katz, 2003).

Após uma breve análise dos principais autores acerca do conceito de empreendedorismo o processo empreendedor foi caracterizado e explorado por duas teorias; a teoria econômica e a teoria comportamentalista, a primeira caracteriza o empreendedor como agente capitalista e a segunda estuda o seu comportamento.

2.2. Teorias do empreendedorismo

Existem duas principais teorias acerca do empreendedorismo a primeira denominada *teoria econômica* desenvolvida por economistas e também conhecida por teoria shumpeteriana, afirma que os pioneiros no reconhecimento do empreendedor na sociedade foram os economistas, que descobriram o papel fundamental do empreendedor como impulsionador do mercado e do desenvolvimento econômico, e seus principais pioneiros no campo e escolas de pensamento o qual se divide em precursora por Richard Cantillon, a clássica por Adam Smith e Jean-Baptiste

Say e a neoclássica por Alfred Marshall, Frank Knight e Joseph Shumpeter e a segunda teoria nomeada *teoria comportamentalista* por Max Weber e David C. McClelland, defendida por psicólogos, sociólogos e antropólogos que procuravam mensurar o processo de ações, característica e comportamento empreendedor (Baumol, 1968; Fillion, 1999; Franco & Gouvêa, 2016; Langroodi, 2017; Martes, 2010; Mattos, 2011; Praag, 1999; Rodríguez Ramírez, 2009; W. Smith & Chimucheka, 2014).

Na tabela 2 mostra os principais autores, escolas de pensamento e suas respectivas obras que influenciaram o entendimento acerca do assunto.

Tabela 2 Teorias do empreendedorismo.

TEORIA ECÔNOMICA		
Escola de Pensamento	Autor	Obra
Precursora	Richard Cantillon (1680 ?-1734)	Autor do livro “ <i>Essai sur la Nature du Commerce en Général de (1730)</i> ”, descreveu a existência de um agente do sistema econômico que comprava matéria-prima por um preço e revendia por um preço incerto.
Clássica	Jean Baptist Say (1767-1832)	Autor da obra “ <i>Teatrize on Political Economy or the Production, Distribution and Consumption of Wealth (1803)</i> ”, é o primeiro economista a atribuir o papel de gestão ao empreendedor, diferenciava o empreendedor do capitalista.
Clássica	Adam Smith (1723-1790)	Autor da obra “ <i>Wealth of Nations (1776)</i> ”, destaca que o empreendedor é aquele que obtém um acréscimo sobre o valor da produção. Sendo que o consegue transformar procura em oferta.
Neoclássica	Alfred Marshall (1842-1924)	No seu livro “ <i>Principles of Economics (1890)</i> ”, por muitos anos foi o texto padrão de economia para estudantes, caracteriza o empreendedor bem-sucedido e quer habilidades especializadas, conhecimento do comércio, poder de previsão e oportunidade e de assumir riscos.
Neoclássica	Frank Knight (1885-1972)	Conhecido por seu livro “ <i>Risk, Uncertainty, and Profit (1921)</i> ”, primeiro economista a diferenciar o risco da incerteza, a capacidade de empreender depende muito da forma como lidam com as incertezas, sendo recompensados de acordo com os lucros obtidos.

Neoclássica	Joseph Shumpeter (1883-1950)	Uma de suas principais obras foi “ <i>The Theory of Economic Development (1911)</i> ”, defendeu que o empreendedor é aquele que inova, lidera e decide os objetivos da organização, o economista mudou o paradigma de que o empreendedor é um capitalista e portador de riscos.
TEORIA COMPORTAMENTALISTA		
Escola de Pensamento	Autor	Obra
Comportamental/ Humanas	Max Weber (1864-1920)	Em 1904 publicou seu livro “ <i>A ética protestante e o espírito do capitalismo</i> ”, onde escreve sobre a motivação para a ação empreendedora. Weber identificou que alguns indivíduos de determinadas ordens religiosas obtinham maiores sucessos. Buscou respostas nas ciências sociais para explicar a prática do empreendedorismo também chamado de “espírito do capitalismo”.
Comportamental-Motivação	David C. McClelland (1917-1998)	Em sua obra “ <i>The Achieving Society (1958)</i> ” destaca a relação do progresso econômico com uma característica do empreendedor de autorrealização. Foi McClelland que deu início a relação de comportamento x empreendedor. Dedicou-se a estudar a relação entre: realização, afiliação e comportamento humano.

Fonte: Elaboração própria.

Outra contribuição para a teoria foi a Escola Austríaca representada pelo autor Israel M. Kirzner o qual publicou a obra “*Competition and Entrepreneurship (1973)*”, de acordo com o economista o empreendedor é a força de equilíbrio no mercado, sendo pessoas que estão em estado de alerta a oportunidades e lucros que precisam estar em constante vigilância para as oportunidades de lucro (Van Praag & Versloot, 1999).

Entretanto, as teorias do empreendedorismo desde Cantillon a McClelland estuda o aspecto empreendedor de diversas maneiras, desde o empreendedor ser responsável pela circulação de economia, tornando-se um agente de inovação, ultrapassando riscos e incertezas e sendo influenciador do comportamento humano nas relações de trabalho. Para esses autores o indivíduo que opta por ser empreendedor tem a capacidade de mudar o ambiente ao qual está inserido, tem grande influência na área monetária da sociedade, proporcionando a evolução de novas tecnologias e procedimentos organizacionais e gerenciais.

As definições para empreendedorismo são várias, porém sua essência em produzir e empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar permanecem (Dornelas, 2007). Portanto em decorrência do estudo do

empreendedorismo e suas teorias, houve a necessidade de estudar o agente empreendedor, existindo características fundamentais para identificá-lo.

2.3. Características Empreendedoras e comportamento empreendedor

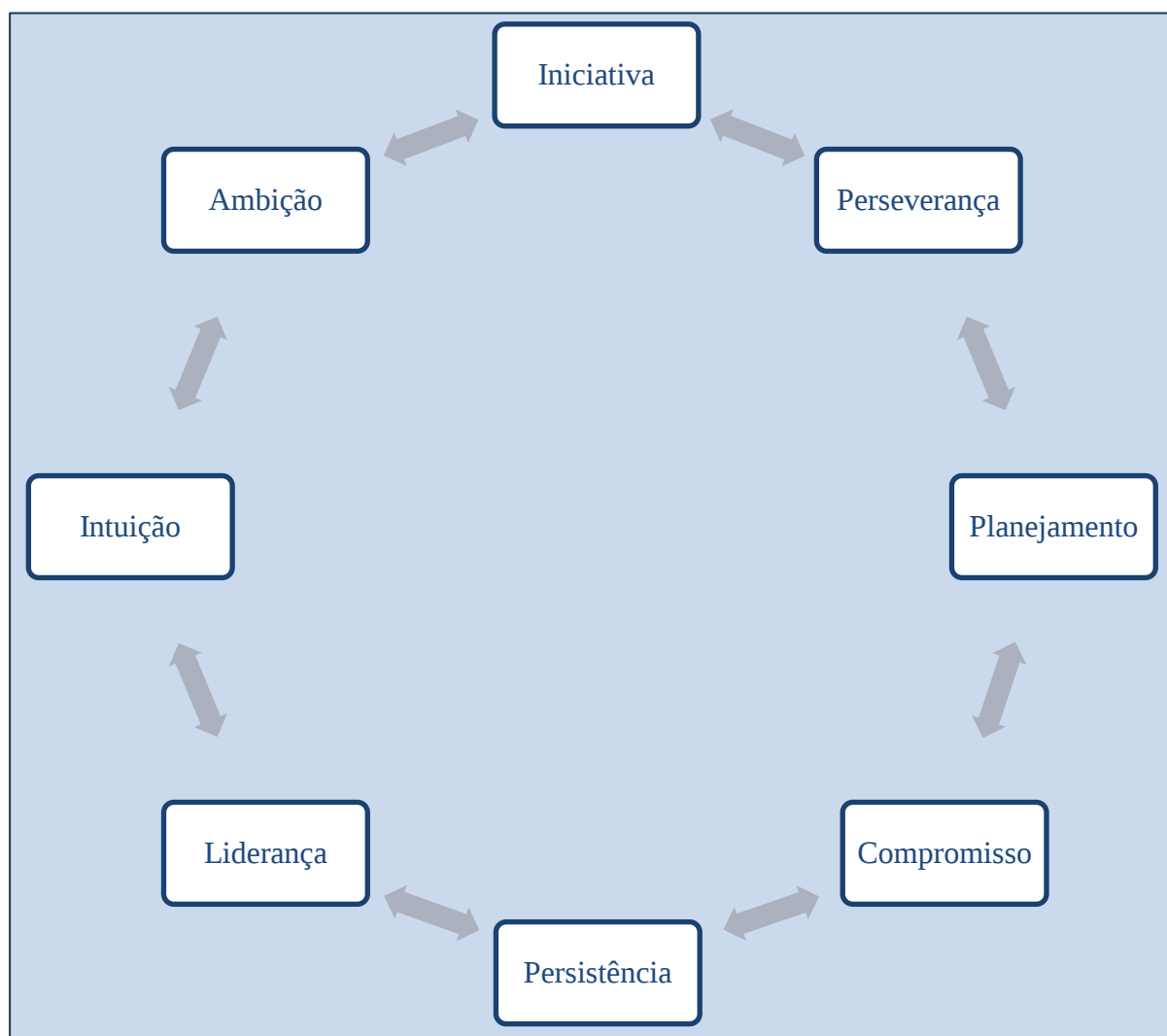
Embora não existam seres humanos cem por cento idênticos às características empreendedoras têm consistência na maior parte dos empreendedores, os traços de personalidade, motivações e pretensões criam um padrão associado aos profissionais que escolhem esse modelo de negócio. Acredita-se que a aptidão para habilidades empreendedoras nascem com certos indivíduos que diferenciam sua personalidade das demais, como seus traços genéticos que estão associados com empresas familiares (Borges et al., 2016; W. G. Dyer & Handler, 1994).

Portanto, ser empreendedor significa empreender, ter iniciativa, criar e deter soluções inovadoras, saber resolver problemas, ter propensão para o risco, trabalhar na reestruturação de ideias, dispor de autonomia, proatividade, competitividade e independência financeira. Usar flexibilidade em circunstâncias desafiadoras, ter o conhecimento em perceber mudanças, a atividade empreendedora também está relacionada com determinada região, ambiente socioeconômico, educação, infra-estrutura e família (Blanchflower & Oswald, 1998; Guerreiro, Caetano, Rodrigues, Barroso, & Couto, 2016; Hébert & Link, 2006; Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2005; Stanworth, Stanworth, Granger, & Blyth, 1989).

As características do perfil empreendedor ressaltam a eficiência do seu trabalho, porém é importante salientar que há inúmeras características que constroem um perfil empreendedor. Entre os pesquisadores não se encontra um acordo sobre seu perfil psicológico, pode-se afirmar que não existe um empreendedor ideal, mas diferentes tipos com suas características de personalidade e estilos de empreender (Barlach, 2014). Existem características que proporcionam êxito e que são desenvolvidas por qualquer tipo de empreendedor através de empenho e aperfeiçoamento.

Além disso a principal particularidade desenvolvida por empreendedores antes mesmo de suas características comuns é o espírito empreendedor, sendo indispensável para determinar a sobrevivência de qualquer tipo de negócio, através dele é possível o desenvolvimento de novas ideias para preencher a demanda do mercado consumidor.

Figura 2 Características do Empreendedor.



Fonte: Elaboração própria.

Para desenvolver um novo negócio é preciso ter uma boa ideia, conhecer o mercado e criar valor através do produto ou serviço oferecido, quanto maior tiverem consolidados em seu perfil a correspondência as características pessoais e os requisitos de ser um empreendedor maior a probabilidade e expansão do negócio (Markman & Baron, 2003). Durante o processo de pesquisa bibliográfica foram encontradas várias qualidades, porém para facilitar o entendimento, na figura 2 foi apresentado algumas características essências do perfil empreendedor.

Diante da diversidade de elementos que identificam uma pessoa empreendedora segundo Okpara (2007) o empreendedor independentemente do gênero pode concretizar seu projeto autônomo reunindo um pacote único de recursos para explorar a oportunidade, tendo a capacidade para iniciar, alcançar e reunir os recursos necessários para construir uma empresa,

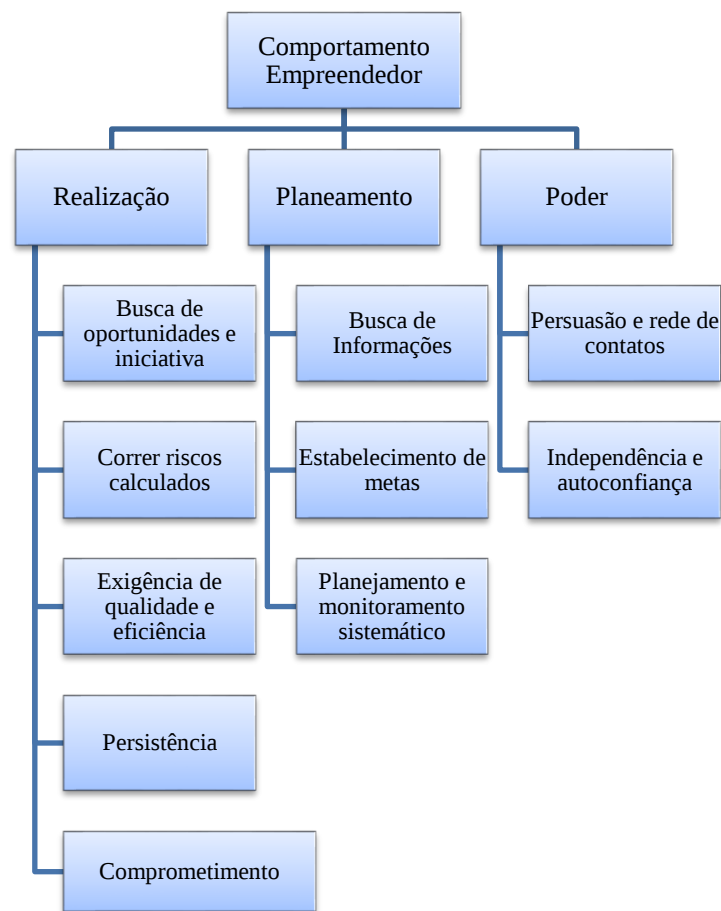
acreditando que seu produto ou serviço seja algo especial e novo no mercado. Contudo, para entender o comportamento empreendedor foi usado o modelo do psicólogo americano David McClelland que a partir dos seus estudos criaram programas que esboçam a evolução do comportamento empreendedor.

2.3.1. *Comportamento Empreendedor*

Enquanto surgiram os primeiros modelos teóricos para identificar o espírito empreendedor na sociedade e atribuí-lo como sujeito capaz de mudar, produzir e atribuir crescimento a comunidade, é necessário conhecer seu comportamento e para que isso aconteça, pesquisadores precisam recorrer à abordagem psicológica para compreender o comportamento empreendedor e sua personalidade (Álvarez & Pedrosa, 2016; Brandstätter, 1997; Littunen, 2000; Macedo & Mitidieri, 2012). Deste modo é possível ter a percepção que os empreendedores seguem comportamentos similares, a condição entre o êxito e o fracasso e que vão determinar a perpetuação do empreendimento, sendo recorrente o número de estudos e pesquisas que se realizam para entender as influências psicológicas e sociológicas do empreendedor.

Assim como as características empreendedoras o comportamento empreendedor é um conjunto de competências fundamentais para transformar ideias em oportunidades de negócio. Em cada etapa é preciso desenvolver aptidões que segue desde abrir a empresa, a fase de adaptação até a consolidação do negócio, porém é importante salientar que não existe um método, característica ou comportamento ideal. No entanto uma abordagem bastante usada para estudar o comportamento empreendedor e a teoria de McClelland (citado por Krüger et al., 2017) que destaca o comportamento das pessoas motivadas a empreender, baseado em dez características comportamentais (CCEs) agrupadas em três grupos: realização, planejamento e poder. Essas análises buscam estabelecer aspectos que identificam similaridades, reconhecendo assim características comuns. O estudo desenvolvido por McClelland facilita a abordagem da motivação humana para o empreendedorismo, segmentando o comportamento empreendedor e sua importância para o desenvolvimento econômico.

Figura 3 Características do comportamento empreendedor.



Fonte: (Adap. Locatelli et al., 2018).

✓ Realização dividido em cinco aptidões:

- Busca de oportunidades e iniciativa: capacidade de tomar iniciativa antes das circunstâncias, enxerga e desenvolve oportunidades de novos negócios.
- Correr riscos calculados: analisa os riscos antes de tomar decisões, avalia alternativas, assume desafios moderados.
- Exigência de qualidade e eficiência: busca maneiras de fornecer sempre o melhor produto, procura desenvolver padrões de qualidade para atender seu cliente a tempo.
- Persistência: enfrenta obstáculos, modifica estratégias, faz sacrifícios pessoais para completar o objetivo.
- Comprometimento: é inteiramente responsável pelo desempenho pessoal, trabalha incansavelmente para atingir as metas e para manter os prazos fornecidos.

✓ Planejamento dividido em três atributos:

- Busca de Informações: está sempre atendo as novidades e mudanças tecnológicas, procura aprofundar seus conhecimentos em determinadas áreas e assuntos.
- Estabelecimento de metas: defini com transparência as metas, procura sempre superar o objetivo e utiliza desafios para melhorar e garantir sempre o desempenho.
- Planejamento e monitoramento sistemático: dividir tarefas com prazos definidos, monitora seus registros financeiros, defini seu planejamento com prazos estipulados.

✓ Poder dividido em duas categorias:

- Persuasão e rede de contatos: utiliza sua rede de contatos para expandir seu produto ou serviço, para desenvolver relações comerciais.
- Independência e autoconfiança: procura preservar sua autonomia mesmo diante do fracasso provisório, mantém sua confiança e posição diante de um novo desafio.

As aptidões identificadas pelo autor McClelland são importantíssimas para a compreensão do comportamento empreendedor, entretanto o exito não limita-se somente a essas habilidades, é presumível que o empreendedor precise de adquirir e aperfeiçoar outras capacidades técnicas e psicologicas. De acordo com Fillion (1999) o comportamento empreendedor é influenciado por determinados comportamentos, culturas, necessidades, hábitos e regiões, os empreendedores integram, assimilam e interpretam esses comportamentos de maneira que refletem as ações que usam para construir suas empresas. O mesmo autor salienta que mesmo com pesquisas sobre o comportamento empreendedor, não foi possível estabelecer um perfil científico que permite identificar com certeza um comportamento padrão. Portanto, cada vez mais a sociedade apresenta novas necessidades e exigências, dando origem a novos segmentos da palavra empreendedorismo, no entanto seu conceito permanece o mesmo, sendo é importante evidenciar que não existe unicamente uma forma de empreender, cada perfil tem seus objetivos e atuação no mercado.

2.3.2. *Empreendedorismo por necessidade ou oportunidade*

O surgimento de novas tecnologias, recursos, produtos, serviços e até mesmo momentos de crise, são determinantes para a identificação de novas oportunidades de negócio. A motivação

para iniciar um negócio é um tema bastante recorrente em pesquisas em diversos países, demonstrando o nível de empreendedorismo do país, evidenciando assim o motivo para a iniciação de um negócio. O empreendedorismo é parte do sistema econômico mostrando sempre novas maneiras de expansão e desenvolvimento, no entanto, cada empreendedor tem uma diferente motivação para iniciar uma empresa seja por questões de dificuldades profissionais ou realização de projetos, com isso as atividades empreendedoras podem ser classificadas em duas temáticas; empreendedores por oportunidade ou empreendedores por necessidade, evidenciados por meio de diferentes publicações em diversos artigos (Ardichvili, Cardozo & Ray, 2003; Rocha, 2014; Tavares, de Moura, & Silva, 2013; Ucbasaran, Westhead, Wright, & Binks, 2003; Vale et al., 2014):

- ✚ O empreendedorismo por oportunidade é aquele em que o empreendedor percebe uma demanda do consumidor por um atual produto ou serviço, ele visualiza uma carência de mercado por algo específico e com isso uma possibilidade de negócio. Geralmente este perfil empreendedor é impulsionado por algum projeto ou sonho pessoal, apresentam carreiras sólidas e realização profissional, porém investem naquilo que acreditam ser uma ideia de crescimento, utilizam de estudo de mercado, planejamento financeiro e conhecimento antecipado do consumidor alvo.
- ✚ O empreendedorismo por necessidade geralmente nasce da falta de emprego, este perfil empreendedor está maior concentrado em regiões com econômicas em diferentes níveis de desenvolvimento, o aumento da taxa de desemprego, a redução de cargos de trabalho, o acúmulo de insolvência etc, faz com que o indivíduo para gerar sustento opte por criar um negócio por necessidade. Muitos negócios nasceram da necessidade em obter rendimento para sobreviver. O empreendedor por necessidade busca uma nova oportunidade de trabalho e na maioria das vezes começam sem nenhum planejamento ou capital de reservas, optam por copiar uma atividade empreendedora já existente.

Entretanto independentemente do método usado para constituir o empreendimento, empreender é constantemente um desafio, a facilidade de se tornar empreendedor torna o empreendedorismo um fenômeno global, as incertezas e riscos não intimidam os indivíduos que tem aptidão para criar empresas e novos serviços. Na tabela 3 é mostrado as diferenças entre oportunidade e necessidade na hora de empreender.

Tabela 3 Diferenças do empreendedorismo de oportunidade x necessidade.

Oportunidade	Necessidade
❖ Identificação de oportunidades	❖ Dificuldade financeira
❖ Investimento antecipado	❖ Recursos limitados
❖ Realização pessoal	❖ Crise econômica
❖ Planejamento prévio	❖ Pouca experiência
❖ Carreira profissional estável	❖ Recolocação no mercado de trabalho
❖ Independência profissional	❖ Alternativa profissional
❖ Geração de lucro/riqueza	❖ Sustento pessoal/familiar

Fonte: Elaboração própria.

Embora as semelhanças sejam características de cada estilo de empreender, o empreendedor seja o empreendedorismo por necessidade ou oportunidade o empreendedor é levado pela motivação e criação, com foco em obter crescimento profissional, financeiro e pessoal. Com o estudo do conceito foram surgindo outros tipos de empreendedorismo, a internacionalização da palavra deu origem a outras definições.

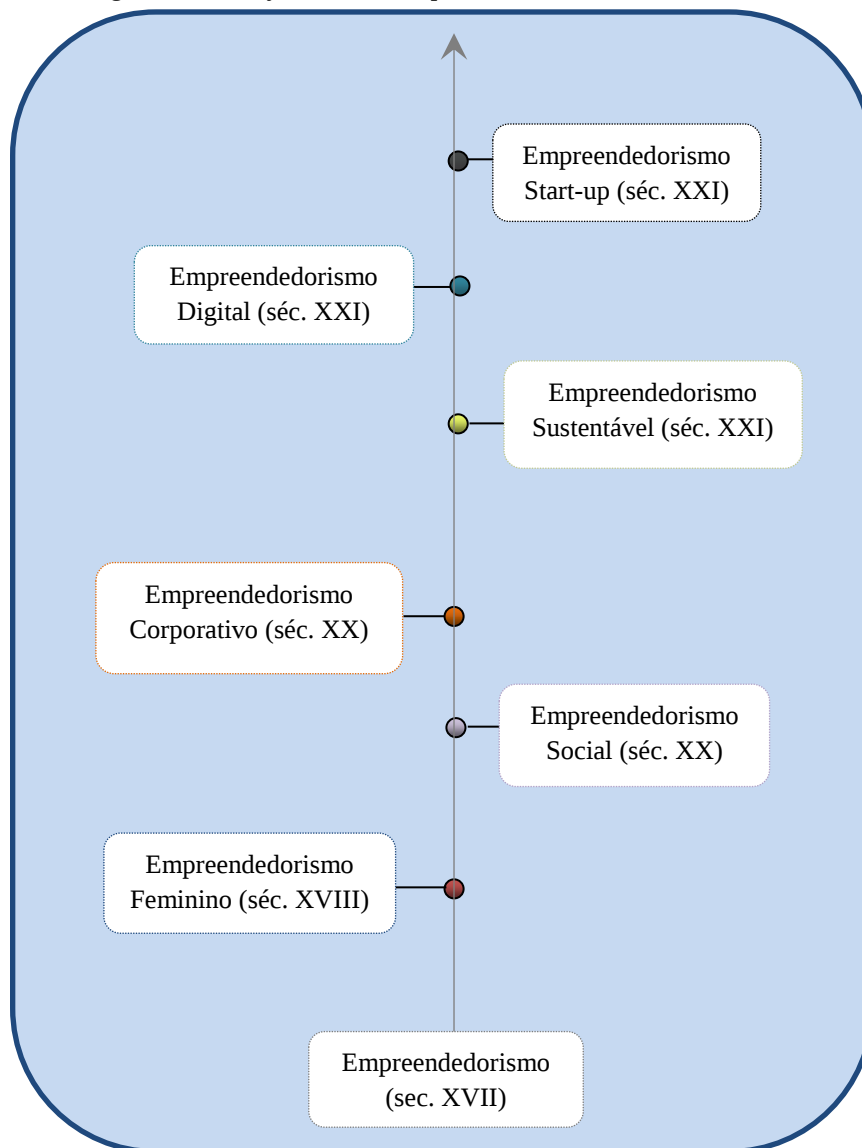
2.4. Tipos de Empreendedorismo

O estudo do empreendedorismo está em constante evolução para identificar as limitações do tema, sendo quase impossível a sua compreensão somente com características particulares, é importante conhecer elementos fundamentais que caracterizam o negócio, perfil, valores e o conceito (Audretsch & Thurik, 2003; C. G. Ramos, Campillo, & Gago, 2010; Shane & Venkataraman, 2000; Wennekers & Thurik, 1999). Fruto do avanço da indústria e do crescimento econômico o perfil empreendedor tem-se subdividido em diferentes definições, entre as quais:

- *Empreendedorismo Feminino*: É direcionado exclusivamente para mulheres empresárias, líderes, gestoras de pequenas e grandes empresas. O conceito foi criado para ampliar o espaço e dar maior visibilidade para necessidades e direitos das mulheres, rompendo barreiras e paradigmas sociais. Apresenta diversas características que o diferenciam do empreendedorismo masculino (Ascher, 2012a; Hayrapetyan, Nunes & Khachatryan, 2016; Marticorena & Rodríguez, 2014; Moreno, 2013). No próximo capítulo iremos aprofundar este gênero de empreendedorismo o qual é tema deste trabalho.

- *Empreendedorismo Sustentável*: Integrado dentro do desenvolvimento sustentável, um tema novo o qual foi criado na década de 90, essa linha de empreendedorismo tem como objetivo implementação de inovações e negócios sustentáveis com a combinação da geração de riquezas com o desenvolvimento responsável do meio social e ambiental (Boszczowski & Teixeira, 2012; Rajasekaran, 2013; Thompson, Kiefer, & York, 2011).
- *Empreendedorismo Corporativo ou Intraempreendedorismo*: É um colaborador, líder ou gestor de uma empresa, que estimula novos negócios, reformula procedimentos, desenvolvem novos negócios, busca novas ações dentro da organização. Empresas que desenvolvem a orientação corporativa produz retornos acima da média (Dess & Lumpkin, 2005; Hayton & Kelley, 2006; F. S. Ramos & Bayter, 2012; Rodrigues & Teixeira, 2015).
- *Empreendedorismo Social*: São empresas com ou sem fins lucrativos que atendem prioritariamente a comunidade, criando valor e gerando benefício transformacional. Seu objetivo é trazer soluções para problemas sociais, produzir e promover bens e serviços a sociedade local, melhorando o bem-estar e qualidade de vida da sociedade (Martin & Osberg, 2007; Mort, Weerawardena, & Carnegie, 2003; Zahra, Rawhouser, Bhawe, Neubaum, & Hayton, 2008).
- *Empreendedorismo Digital*: Desde a criação da “internet” na década de 60 e o avanço tecnológico, sendo principal ferramenta de comunicação deste século. E com isso os empreendedores viram no mundo digital novas oportunidades de negócio, com grande vantagem econômica é possível comercializar produtos e serviços em qualquer lugar do mundo. Alcançando o maior número de clientes, conhecer novos fornecedores e materiais (Futonge Nzembayie et al., 2019; Nambisan, 2017; A. A. S. Oliveira et al., 2019; Zaheer et al., 2019).
- *Empreendedorismo Startup*: Ainda pouco estudado o empreendedorismo de startup está ligado com o empreendedorismo de oportunidade, o tema startup é uma nova tendência em grande crescimento, pois trata de pequenas empresas com base tecnológica. É uma iniciativa de empreendedores iniciantes que visualizam uma oportunidade para agregar valor, desenvolvimento e crescimento econômico (Aernoudt, 2004; Hartmann, 2013; Kropp et al., 2008; Silveira et al., 2017).

Figura 4 - Evolução do tema empreendedorismo

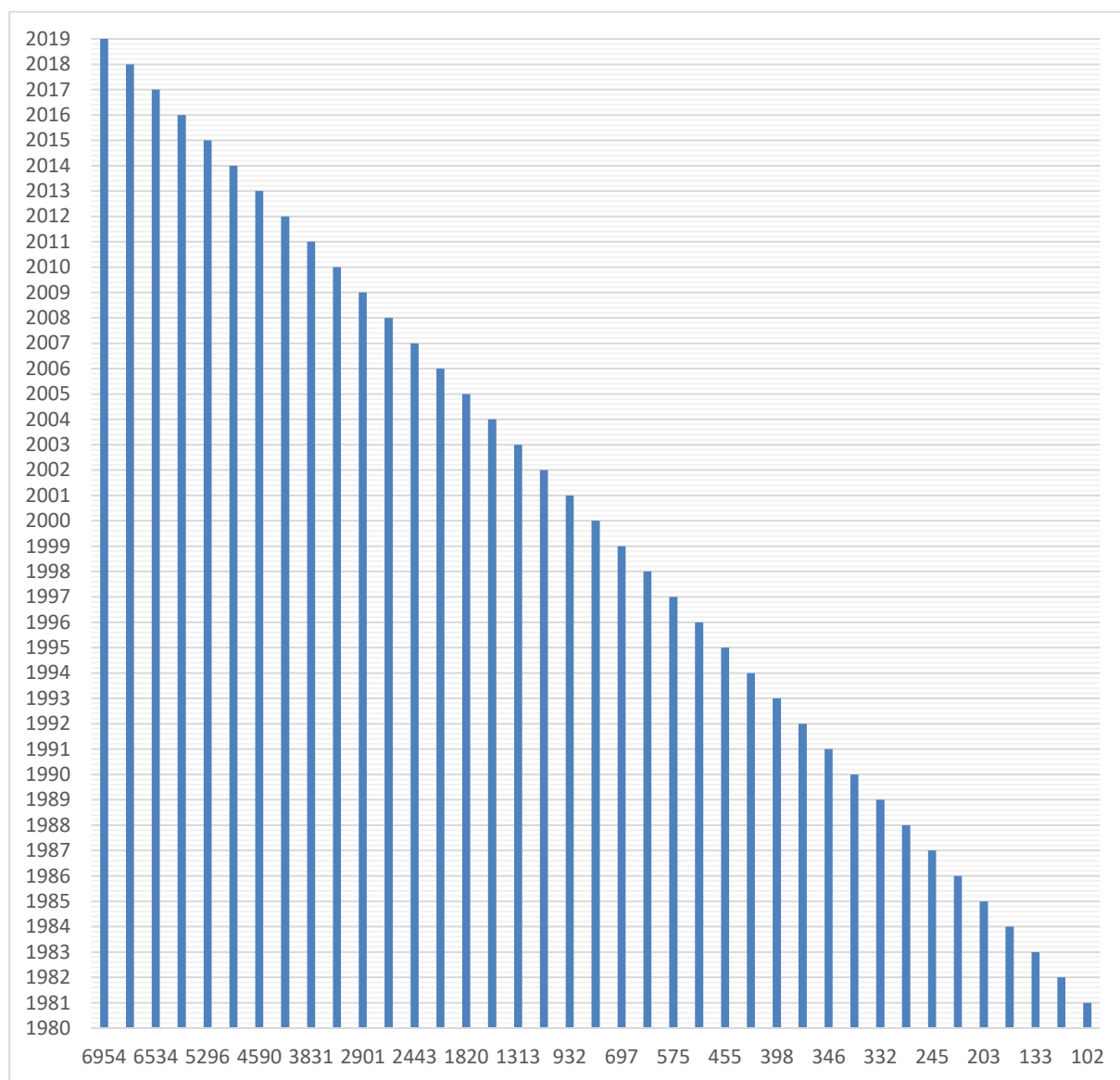


Fonte: Elaboração própria.

A identificação de necessidades do mercado por parte dos empreendedores através da criação de novas vertentes do empreendedorismo direcionou a novas oportunidades e desenvolvimento de novos mercados, diante de capacidades técnicas desenvolvidas é possível evidenciar as suas habilidades de criação e inovação, apresentado na figura 4, a qual mostrou brevemente a evolução ao longo da história dos principais padrões de empreendedorismo. Diante disso o empreendedorismo está relacionado com diferentes áreas, fato que ocorreu devido a exploração e identificação de possibilidades de organizações rentáveis e de sucesso, sendo muito valorizado nos dias atuais, sendo fundamental a disseminação do tema. O empreendedorismo na Europa tem estado em transformação e em crescimento contínuo para assegurar a competitividade e desenvolvimento europeu, a capacidade de inovação das economias é crucial

para a realização dos objetivos de várias políticas setoriais europeias (European Commission, 2012).

Gráfico 1 Número de publicações sobre o tema empreendedorismo.



Fonte: Scopus

A relevância do empreendedorismo devido a sua função fundamental que representa na sociedade e economia, reflete na iniciativa de compreensão do assunto, tornando-o alvo de estudo, com base em uma pesquisa na plataforma de dados Scopus foi possível ter acesso a indicadores bibliométricos sobre o tema empreendedorismo, no gráfico 1 é apresentado uma amostra quantitativa de artigos científicos publicados sobre empreendedorismo entre os anos de 1981 a 2019, o resultado da amostra engloba cerca de 160 países. É evidente o interesse pelo tema ao longo dos anos, em 1981 são cerca de cem artigos publicados enquanto no atual ano as

publicações ultrapassam seis mil artigos, os dados apresentados abrange todo o tema, não foi utilizado filtro para separar cada tipo de empreendedorismo.

2.5. Empreendedorismo na Europa

2.5.1. Educação para o empreendedorismo na Europa

A educação para o empreendedorismo na União Europeia tem estado presente no ensino europeu há alguns anos, devido a crises econômicas e mudanças na economia, houve a necessidade de ensinar no sistema educativo e de formação mais sobre empreendedorismo, novas investigações e práticas podem dar contributos para o desenvolvimento do tema nos países europeus (Bosma et al., 2018; Florea & Florea, 2013; Onstenk, 2003; Welter & Lasch, 2008). Em 2003 foi publicado o Livro Verde sobre empreendedorismo na Europa o qual buscou estabelecer uma ligação entre política, educação e desenvolvimento do empreendedorismo.

Para Mendes (2007) os adultos envolvidos em situações de aprendizagem sobre empreendedorismo tem maior prazer pessoal, produz novas relações, assegura a empregabilidade, desenvolve aptidões e competências no ambiente de trabalho. Existem instituições europeias que desenvolveram em seus planos de ensino conceitos e metodologias de cultura empreendedora para utilização com seus alunos, destacam-se: *The Kaos Pilots*, escola internacional de empreendedorismo e inovação social que concentra seu ensino na liderança e empreendedorismo, a *Team Academy* na Espanha que mistura negócio com educação incentivando seus alunos a criarem projetos reais desenvolvendo aptidões individuais e profissionais e a *Shumacher College* no Reino Unido com seu ensino voltado para a sustentabilidade, desenvolve aprendizado estratégico para empreender baseado nas regras ambientais. Várias escolas e universidades espalhadas por países europeus como Paris, Holanda, Irlanda, Suécia, Alemanha entre outros oferecem cursos com ensino voltado para o empreendedorismo.

Em 2006 o relatório da Recomendação do Parlamento Europeu e do Conselho identificou o “espírito de iniciativa e espírito empresarial” como uma das oito competências essenciais para a educação, o desenvolvimento de atitudes, competências e conhecimentos empreendedores permitindo o indivíduo transformar ideias em ações, além disso o empreendedorismo não está somente relacionado com a parte econômica mas com diversas áreas da vida e da sociedade. Para compreensão e finalidade da educação empreendedora a comissão refere-se o empreendedorismo como a capacidade de criar ideias, criatividade, inovação, tomada de riscos,

planejamento e gerenciamento de projetos, os resultados da aprendizagem devem estar ligados à empregabilidade, cidadania ativa e competências empreendedoras pessoal e profissional e mentalidade empreendedora (European Commission, 2016).

Figura 5 Definição Europeia de Educação para o Empreendedorismo.

Definição europeia de competência essencial	Definição Nacional	Sem definição comum usada no contexto nacional/regional	Informação não disponível
• Finlândia • Letônia • Lituânia • Dinamarca • Bélgica • Espanha • Itália • Eslovênia • Hungria • Áustria • Eslováquia • Romênia • Croácia • Malta • Bulgária • Luxemburgo	• Suécia • Noruega • Reino Unido • Estônia • Portugal • Polónia	• Islândia • França • República Checa • Países Baixos • Grécia • Chipre	• Alemanha • Irlanda

Fonte: (Relatório Eurydice, 2016)

A figura 5 apresentou quais são os países que partilham a definição europeia conforme o relatório nacional (Relatório Eurydice, 2016), os países que utilizam de uma definição nacional, os que não tem definição ou que não há informação disponível. De acordo com o relatório isso mostra que cerca de um terço dos países da União Europeia utiliza a sua própria definição nacional de educação para o empreendedorismo, além disso os conteúdos de compreensão que envolve esses conceitos são definidos a partir da competência essencial europeia.

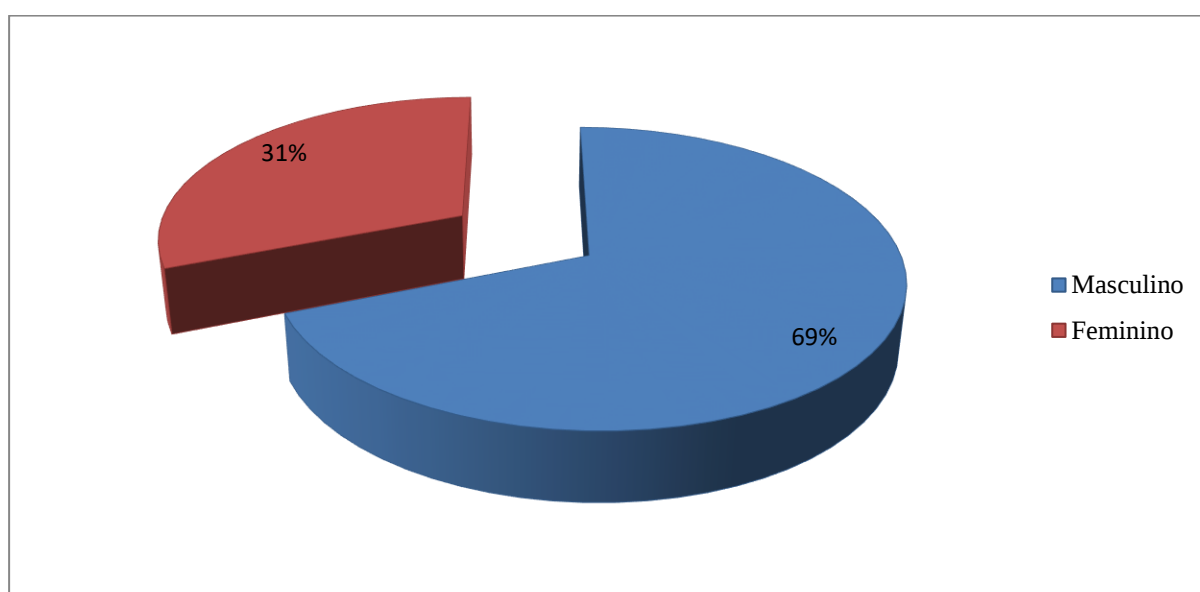
Uma pesquisa de 2004 realizada pelo GEM (Acs et al., 2004) mostrou que a União Europeia teve baixas taxas de TEA em muitos países, inclusive em Portugal o qual recebeu 4%, de acordo com a pesquisa isso significa altos custos de oportunidade de empreendedorismo, visto que a União Europeia tem subsídios generosos de desemprego não existe urgência em envolver em atividades empresariais. A pesquisa informou também que os países Europeus tem dificuldade

em tornar conhecimentos tecnológicos existentes em novos negócios, partindo do pressuposto que regulamentos/leis dificultam o processo de criação e expansão, embora tenha dito progresso os mercados precisam ser regularizados.

2.5.2. *Empreendedorismo em Portugal*

Com a implementação de programas de educação para o empreendedorismo em toda União Europeia, consta que no ano de 2002 Portugal foi identificado como único país da União Europeia com ações em programas de educação, tendo o objetivo de fomentar o espírito empreendedor, porém suas iniciativas não estavam registradas no quadro do sistema nacional de educação (Imaginário et al., 2014). De acordo com a definição nacional para empreendedorismo especificada pela Direção-Geral da Educação no documento Educação para a Cidadania – Orientações (Citado por European Commission, 2016) Portugal declara que a educação para o empreendedorismo é promover o desenvolvimento de ideias, iniciativas e inovação. Portugal mostra variados fatores vantajosos para a atividade empreendedora, sendo um país de grande proporção para atividades de inovação e com elevado espírito empreendedor, os setores que em maior crescimento são os que englobam serviços direcionados para o consumidor (restauração, lazer, bares, varejo etc) e os serviços de transformação (construção, transporte, comunicação etc), com uma localização geográfica privilegiada ao comércio internacional, o país se destaca em diferentes rotas comerciais.

Gráfico 2 Gênero no empreendedorismo de Portugal.



Fonte: (IAPMEI, 2007).

Apesar da idade os jovens empreendedores apresentam grande experiência profissional, no relatório nacional (IAPMEI, 2007) os empreendedores portugueses são jovens na faixa etária dos 30 anos de idade, cerca de metade da população de novos empresários (52,4%) tem 35 anos ou menos e (79,1%) têm menos de 45 anos e (1,7%) apresentam 65 anos ou mais. A questão do gênero empreendedor ainda é maior entre o sexo masculino como mostrado no gráfico 2, cerca de 2/3 dos novos negócios são iniciados por homens. Em 2013 de acordo com GEM (2013) Portugal registrou uma taxa de 8,2% de TEA, o qual significa que no país existe cerca de oito empreendedores em early-stage (negócios relacionados com star-ups ou gestão de negócios) por cada 100 indivíduos, sendo a posição de 47º lugar para o país na taxa de atividade empreendedora.

O mesmo estudo apontou que em 2013 48,7% dos cidadãos portugueses consentem que possuem experiência e competências necessárias para empreender, porém somente 20,2% acredita que tenha boas oportunidades para iniciar um negócio, sendo que os mesmos afirmaram que o receio de falhar é um motivo para não iniciar um projeto empresarial. Isso mostra que aversão ao risco é um obstáculo comportamental entre os portugueses com a atividade empreendedora. A tabela 4 entre os anos de 2004 a 2013 mostra a evolução do país sobre a taxa TEA.

Tabela 4 Evolução do posicionamento de taxa TEA de Portugal.

Ano	Nº de países participantes	Posição Global	Nº de economia orientadas para a inovação	Posição nas economias orientadas para a inovação
2004	34	28 ^a	24	19 ^a
2007	42	15 ^a	22	4 ^a
2010	60	51 ^a	23	16 ^a
2011	55	36 ^a	23	8 ^a
2012	67	44 ^o	24	7 ^a
2013	67	47 ^a	26	10 ^a

Fonte: (GEM, 2013).

No relatório do GEM de 2013 desenvolvido exclusivamente para Portugal a maioria das empresas criadas por portugueses foram motivadas pela oportunidade com cerca de 75,1% dos empreendedores, demonstrando que o empreendedorismo por oportunidade é ainda a escolha da maioria. Neste mesmo estudo a taxa TEA de Portugal para atividade empreendedora é maior

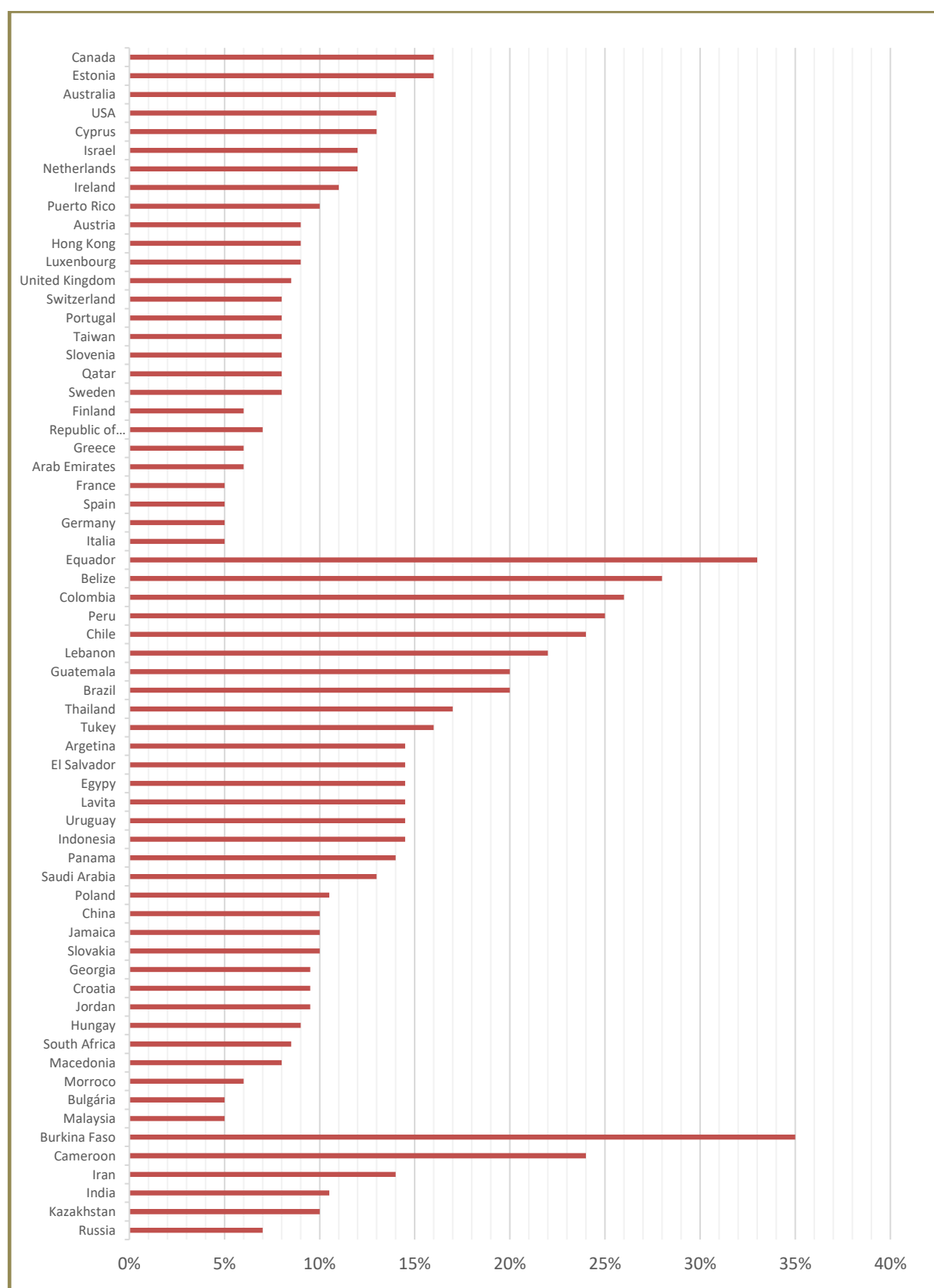
orientada para o setor do consumidor onde se registra 44,4% de atuação no mercado, sendo que a distribuição de negócios esta maior concentrada nas atividades voltadas para o consumidor final.

Em uma pesquisa do ano de 2016 realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor em 64 países, em população adulta entre 18 a 64 anos, o qual mediu a porcentagem de negócios que acabaram de começar ou que estão em processo de começar, o indicador mediu indivíduos que estavam participando de algum processo inicial de empreendedorismo. A pesquisa constatou que 34% da taxa de TEA foi atribuída ao país africano de Burkina Faso, com população estimada de mais de 15.757,000 de habitantes, em segundo lugar está Equador com 32%, Camarões, Colômbia e Peru também relataram altas taxas de adultos envolvidos em atividade empreendedora, enquanto Portugal ficou na 44ª posição no rank, registrou uma taxa de 8,15%, valor esse abaixo da média anual da união europeia que é de 8,37%.

A Europa registrou a menor média de taxa de 8,5%, comparado a outros países desenvolvidos. Porém, fatores como nível de desenvolvimento econômico e localização geográfica pode explicar padrões de atividade empreendedora, apesar que indivíduos possam ter percepções e intenções favoráveis ao empreendedorismo, isso não quer dizer que ele vá realmente começar um negócio (GEM, 2016), evidenciado no gráfico 3. Porém conforme o acordo de parceira entre Portugal e a comissão europeia com aplicação de fundos Europeus estabelecidos entre o período de 2014 e 2020, um dos programas de desenvolvimento é promover o empreendedorismo qualificado, incentivar a inovação, promover a produção e apoiar a expansão de atividades tecnológicas.

Contudo, os autores (Brás & Soukiazis, 2015; Mendes, 2007; Redford, 2006) identificam que o estudo sobre empreendedorismo em Portugal ainda é muito escasso, que o fenômeno educativo é muito recente, o investimento nesta área em Portugal é muito limitado, portanto para as iniciativas futuras Portugal poderia beneficiar-se de modelos educacionais e apoio já existentes em outros países que tem essa estrutura desenvolvida. Portanto, é difícil obter dados atualizados de artigos científicos, sendo a pesquisa sobre empreendedorismo em Portugal baseada em dados de pesquisas de organizações voltadas para o tema.

Gráfico 3 Atividade empresarial total em estágio inicial em 64 economias.



Fonte: (Adap. GEM, 2016)

2.6. Empreendedorismo Feminino

Ao longo da História da Humanidade a figura feminina sempre foi associada a fragilidade, dependência e submissão, durante muito tempo a mulher não teve voz ativa na sociedade, nitidamente a séculos atrás os agentes de desenvolvimento econômico eram homens. Após a reivindicação de seus direitos e defesa de igualdade, as mulheres foram incluídas dentro de diversos conceitos, inclusive na definição de empreendedor, a permanência feminina no mercado de trabalho trouxe mudanças na vida pessoal, financeira e organizacional feminina. Até pouco tempo o que sabíamos sobre empreendedorismo e experiências de negócio se baseava em estudos de homens que iniciaram empreendimentos no entanto, é importante entender as experiências femininas (Buttner, 1993).

As empresas pertencentes as mulheres são as que mais crescem em população empreendedora, embora com o crescente avanço e contribuição para as economias mundiais são pouco estudadas (Brush& Cooper, 2012). Muitas mulheres são motivadas a estabelecer empresas por fatores semelhantes aos do gênero masculino, porém o maior número escolhe o empreendedorismo para equilibrar responsabilidades de trabalho e compromissos familiares.

O empreendedorismo feminino de acordo com Minniti & Naudé (2010) varia entre países e seus diferentes estágios de desenvolvimento, a taxa de empreendedorismo é mais alta em países em desenvolvimento do que nos países desenvolvidos, isso acontece porque nas economias em desenvolvimento as mulheres enfrentam maiores barreiras no mercado de trabalho e o empreendedorismo é a forma de escapar dos obstáculos.

As diversas barreiras e motivos para criar uma empresa contínua sendo uma tarefa intensa, apesar disso a presença feminina tem desempenhado papel fundamental em diferentes segmentos ou níveis hierárquicos. Além da conquista de espaço através do protagonismo de muitas ativistas às mulheres mostraram a capacidade de dirigir uma empresa ou liderar uma equipe dentro de uma organização, independente da cultura, raça ou nacionalidade.

2.6.1. História do processo empreendedor feminino

O conceito de empreendedorismo feminino é ainda pouco explorado, considerando que metade da população mundial é do sexo feminino. O empreendedorismo feminino surge como um fenômeno decorrente das alterações econômicas das últimas décadas que afetaram o conjunto

financeiro familiar, possibilitando a alteração do modelo patriarcal. Com o avanço da mulher a ingressar na força de trabalho e nas diversas linhas de profissões, houve um crescimento considerável de mulheres empreendedoras, tornando uma realidade social importante em pesquisas de diversas áreas.

Antigamente a figura da mulher era vista pela sociedade com o papel fundamental e tradicional de servir o lar, como esposa, mãe e filha. Dentro da família sua função era de promover a harmonia e conduzir as tarefas domésticas, conforme os costumes de diversas regiões e culturas, não tinham voz, direitos ou vontades próprias. Sua vida era associada como frágil, de limitações intelectuais, sem grandes capacidades, eram subordinadas e totalmente dependentes da figura masculina (Alexander, 1984; Gitahy & Matos, 2007; Iora, 2016).

Sobretudo antes de aprofundar o assunto o qual é tema deste trabalho não podemos deixar de falar de algumas mulheres que fizeram história, estando a frente de seu tempo suas contribuições foram fundamentais entre suas ações, na luta pelos seus direitos e igualdade de gêneros:

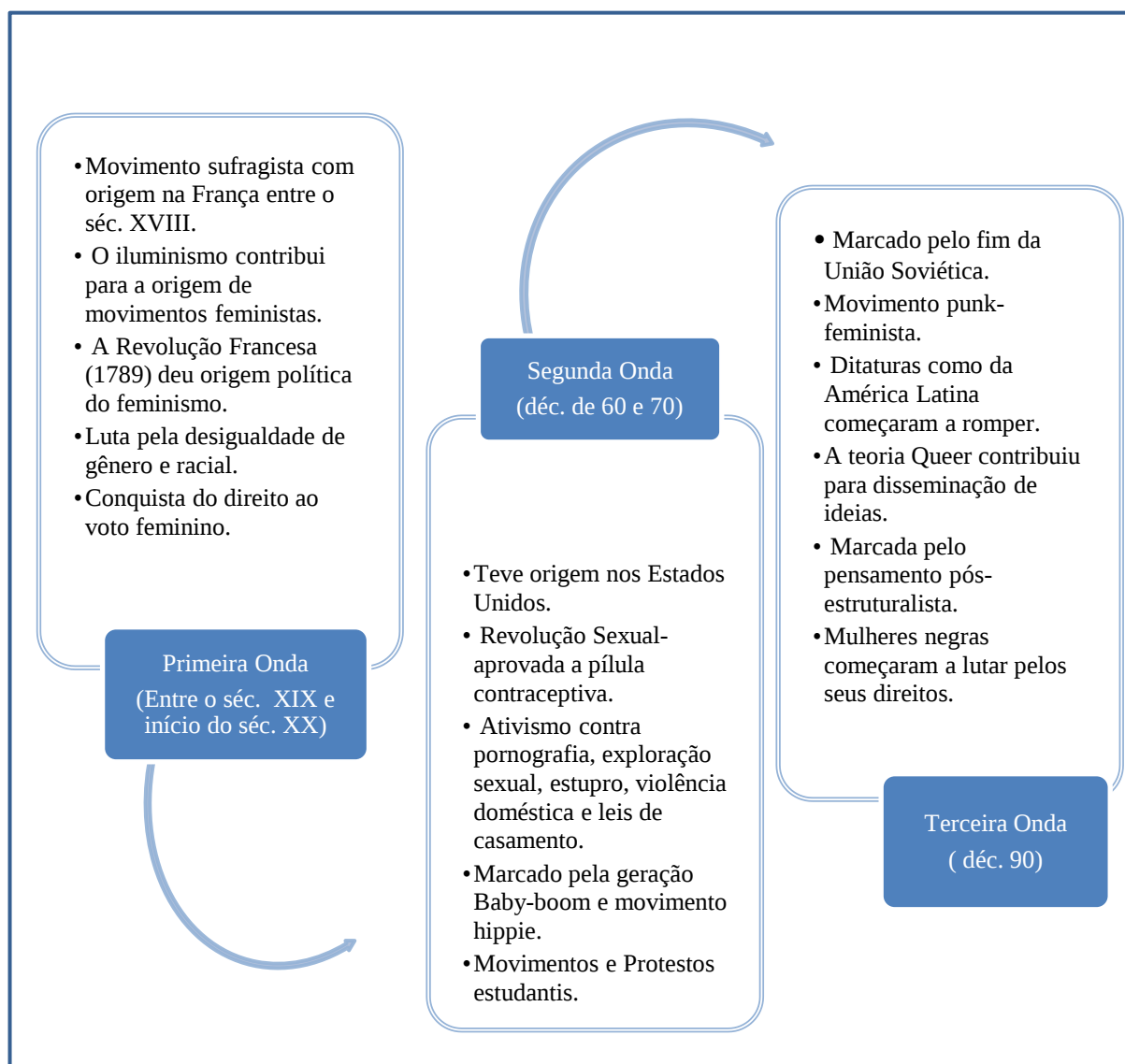
- Christine de Pizan (aprox. 1364- 1430) poeta e autora do Livro da Cidade das Senhoras, o qual defende as mulheres e denuncia a misoginia;
- Margaret Cavendish (1623-1673) uma das escritoras feminista mais importante do séc. XVII;
- Marie Gouze (1748-1793), Francesa ativista política e feminista, defensora dos direitos das mulheres escreveu a obra Declaração dos direitos da mulher e da cidadã.
- Anne Brontë (1820-1849), escritora e autora do livro *The Tenant of Wild Fell Hall*, considerado o primeiro romance feminista;
- Josephine E. Butler (1828-1906), inglesa lutou pelo fim da lei de prostituição infantil tráfico de jovens e prostituição europeia;
- Millicent Fawcett (1847-1929), ativista feminina e política lutou pelos direitos iguais entre homens e mulheres;
- Marie Curie (1867-1934), cientista e física polonesa, primeira mulher a conquistar o prêmio Nobel por suas pesquisas no ramo da radioatividade;
- Simone de Beauvoir (1908-1986), escritora e ativista política e feminista parisiense conhecida pelo seu aclamado livro *O segundo sexo* que trata da opressão feminina;
- Rosa L. McCauley (1913-2005), ativista americana negra que lutou pelos direitos civis dos negros.

- Katherine C. Goble Johnson (1918-até a data), primeira norte americana negra a conquistar o título de cientista espacial da NASA;
- Tatyana Kuznetsova (1941-2018), natural da Rússia foi a primeira mulher e a pessoa mais jovem a ser selecionada para viajar ao espaço.

Muitas outras mulheres desafiaram os preconceitos e tradições e deixaram suas contribuições que mudaram história, a ciência, a filosofia, sendo grandes influenciadoras que até nos dias atuais são lembradas pela sua luta (Schiebinger, 2000). Porém, entre o período entre da 1ª guerra (1914-1918) e 2ª guerra mundial (1939-1945), a ausência da figura masculina causada pela guerra nos países envolvidos no conflito, fez com que a contratação de mulheres fosse inevitável para suprir as necessidades de mão-de-obra. A falta de trabalhadores obrigou a entrada feminina em funções onde somente homens eram alocados, tanto no mercado de trabalho como em postos de trabalho nas forças armadas (Jesus & Almeida, 2016).

Entretanto na fase da industrialização a figura feminina foi inserida no mercado de trabalho em funções não qualificadas, com a justificativa de que não possuíam o conhecimento técnico necessário para desempenhar o serviço, ocasionando assim pouca ou nenhuma valorização do seu trabalho, refletindo direitos desiguais entre homens e mulheres. Desde modo a classe feminina começou a ganhar destaque através do movimento feminista que surgiu nos Estados Unidos e se expandiu pelo ocidente, manifestou-se no século XIX, no qual lutava pelos direitos de igualdade entre homens e mulheres e foi dividido em três fases também conhecida por ondas do movimento, onde a primeira onda é destacada pelo movimento sufragista e reivindicações de direito a voto e compra de propriedades e casamentos arranjados, a segunda onda entre a década de 60 e 70, em que lutavam pelos direitos sexuais, reprodutivos e a terceira onda iniciada a partir da década de 90 até os dias atuais em que luta pela total liberdade da classe feminina em suas diferentes esferas (Foster, 2015; Greeley, 1993; Maclean, 1999), a figura 6 mostra às três fases desde que surgiu o movimento e seus contributos.

Figura 6 Ondas feministas.



Fonte: Elaboração Própria

Portanto, diante do papel da mulher na sociedade surgiram na década de 80 pesquisas científicas nos Estados Unidos, país precursor do estudo sobre empreendedorismo feminino, sendo que cerca de 1/3 de empresas fundadas no país eram pertencentes a mulheres, correspondendo uma taxa de cinco vezes maior do que os homens, esses artigos concentraram seus estudos na mulher empreendedora, evidenciado por diversos autores (Birley, 1988; Evans & Leighton, 1989; Hart, Gatewood, Brush, & Carter, 2003; Lavoie, 1985; Longstreth, Ord & Mauldin, 1987; Loscocco & Robinson, 1991; Neider, 1987; Scott, 1986; Stevenson, 1986) entre outros.

Antes da década de 1980, os estudos em questão era totalmente direcionado para o campo masculino (Buttner & Moore, 1997). De acordo com Hart e tal. (2003) ao menos que fosse Knight ou Shumpeter era quase impossível publicar um artigo sobre empreendedorismo antes

de 1976, com isso artigos científicos, livros, conferências, especificamente sobre mulheres empreendedoras era escasso, portanto na tabela 5 foi identificado através de artigos científicos e revisão da bibliográfica os primeiros e principais estudos, conferências relevantes sobre o empreendedorismo feminino entre 1976 e 2010.

Tabela 5 Resumo cronológico de estudos sobre empreendedorismo feminino:

Ano	Estudo	Referência
1976	Artigo Acadêmico	Primeiro artigo acadêmico publicado da autora Schwartz, E. <i>“Entrepreneurship: A new female frontier. Journal of Contemporary Business, 5, 47–76”</i> .
1979	Primeiro relatório de política	Com o tema <i>“The bottom line: Unequal enterprise in America”</i> foi lançado em Washington DC.
1981	Primeira conferência Acadêmica	Hisrich, R.D. & O'Brien, realizaram a apresentação sobre mulheres empresárias na Babson College Conference on Entrepreneurship.
1984	Revista Acadêmica	<i>Cromie</i> 'Si primeiro artigo dedicado ao empreendedorismo da revista acadêmica que é direcionada especialmente para pequenas empresas.
1985	Primeiro Livro Acadêmico	Robert Goffee e Richard Scase publicaram o primeiro livro com o título <i>“Women in charge: The experiences of female entrepreneurs”</i> em Londres.
1986	Artigo sobre mulheres empresárias	Primeiro artigo do Academy of Management dos autores Donald D. Bowen e Robert D. Hisrich, com o título <i>“The female Entrepreneur: A career development perspective”</i> .
1989	Artigo em periódico acadêmico	Artigo do renomado Journal of Small Business Management sobre mulheres empreendedoras do autor Sue Birley.
1997	Primeira Conferência Política Sobre empreendedorismo feminino	Primeira conferência internacional realizada pela OCDE em Paris, com o tema <i>“Women Entrepreneurs in Innovation and Job reation”</i> .
2003	Projeto sobre empreendedorismo feminino	<i>The Diana Project</i> da Babson College conferência internacional na área que envolve projetos, atividades de pesquisa, fóruns e bolsas de estudo com o foco em mulheres empreendedoras.
2006	Relatório Internacional	Relatório do GEM dedicado ao empreendedorismo feminino.
2010	Periódico anual	Journal of research on Women and Gender (JRWG), período anual especializado em mulheres e identidade de gênero em diversos contextos culturais.

Fonte: (Adapt 2013; Adapt Yadav & Unni, 2016)

Contudo, apesar da mulher ter ganhado espaço na sociedade, no mercado de trabalho e na luta pelos direitos e igualdade de gênero o avanço da presença feminina no âmbito social, cultural e econômico levou ao crescimento dos estudos na área de empreendedorismo feminino, somente a partir da década de 90 contribuindo para a popularização do tema, despertando a discussão no ambiente científico e econômico, mostrando a importância da abordagem da gestão feminina e os fatores que as levam a empreender, embora seja pouco diante de décadas de luta (Barbosa, de Carvalho, Simões, Gêssica Maria de Matos, & Teixeira, Rivanda Meira, 2011; Terrell& Troilo, 2010).

Portanto a evolução da presença feminina e sua capacidade demonstrada ainda gera dificuldade de aceitação e desconfiança em cargos de gestão de topo. O que pode levar as mulheres a tomarem decisões de possuir negócios que envolvem um processo complexo consistindo de influências de personalidade e interesse. Assim sendo, mulheres que começam negócios estão demonstrando que elas estão aptas a superar esse desafio (Rey-Martí et al., 2015).

Carreira et al. (2015) afirmam que a sociedade contemporânea é muito mais aberta à figura da mulher empreendedora, se comparada aos tempos anteriores, sendo que em determinadas circunstâncias a presença feminina em ambientes considerados masculinos ainda é um obstáculo a ser superado. Algumas décadas atrás, o empreendedorismo era especificadamente masculino, as mulheres trabalhavam em profissões consideradas femininas como, por exemplo na área da educação na qualidade de professora de crianças e pré-adolescentes, da saúde enquanto enfermeira, dos serviços sociais, no serviço de lavadeira, domésticas ou na confecção e têxteis, sem nenhuma lei trabalhista, decretos ou medidas que regulassem o trabalho.

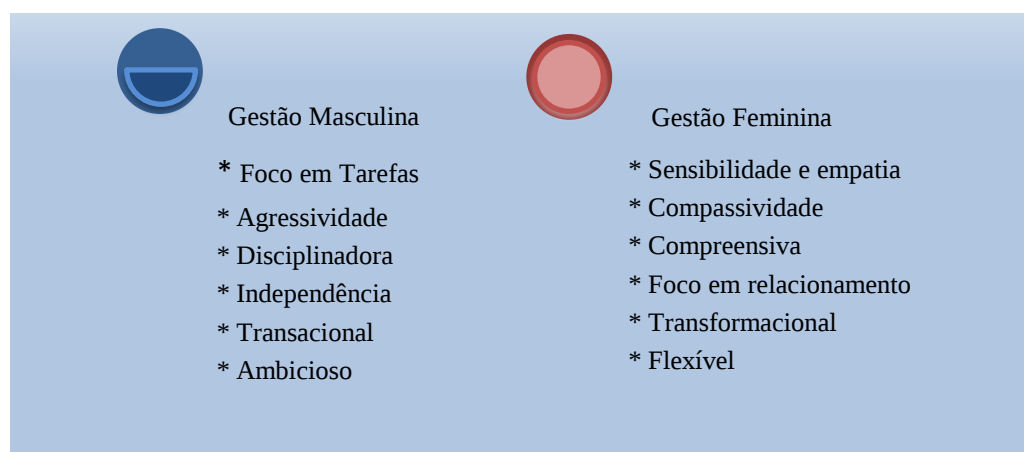
A inserção da mulher no mercado de trabalho e na educação trouxe atributos e influência em sua área profissional. Nos mais diversificados campos de atuação a frequência das mulheres na liderança e gestão de empresas tem progredido, embora a gestão feminina tem maior participação em pequenas e médias empresas, as mulheres vêm construindo uma trajetória desafiante no mercado de trabalho, e sua forma de liderar em grandes aspectos é diferente do gênero masculino, com isso muitas empresas optam pela liderança feminina principalmente por promoverem maior diversidade no ambiente de trabalho.

2.7. Gestão e Liderança Feminina

As mudanças no cenário organizacional e as atuais exigências nas empresas determinam a necessidade de profissionais com múltiplas habilidades. O estilo de gestão e liderança desses profissionais precisam se adaptar a demanda da diversidade do ambiente de trabalho, com isso o líder precisa conseguir reconhecer e desenvolver a produtividade, organização, harmonia, motivação e estratégias em suas equipes. A medida que avança na pirâmide corporativa cada vez mais mulheres assumem papéis que tradicionalmente eram ocupados por homens e com isso a liderança feminina tem atraído a atenção (A. H. Eagly & Johannesen-Schmidt, 2001).

O estilo de liderança das mulheres nas mais variadas áreas do mercado tem mostrado ser diferente dos homens, o gênero feminino na gestão é descrito com estilo de liderança mais intuitivo, diversificado e participativo (Metz, 2014; Mukhtar, 2002). Da mesma forma Paris, Howell, Dorfman & Hanges (2009) mostra no estudo que fizeram em 27 países que a liderança feminina é orientada para uma liderança participativa, orientada para a equipe e mais carismática do que a liderança masculina.

Figura 7 Características masculinas e femininas na liderança.



Fonte: Elaboração Própria.

Portanto, apesar da segregação ocupacional nos cargos de liderança ser predominante do gênero masculino, a política das organizações vêm se modificando e apresenta resultados na preferência pela gestão e liderança feminina (Stoker, Van der Velde & Lammers, 2012). Por outro lado, para os autores Cook & Glass (2014b) as mulheres ainda permanecem pouco representativas nas principais posições de liderança nas organizações de trabalho, algumas mulheres alcançam altos cargos de liderança, levando os estudiosos a investigar em que

condições as mulheres são promovidas, apesar das barreiras aparentemente intratáveis e bem documentadas.

Da mesma forma Loureiro & Cardoso (2008) considera que em comparação com duas décadas atrás, existe um maior número de mulheres na gestão e liderança, consequentemente o estilo ainda está ligado ao gênero masculino, acreditando que um bom gestor é o que possui características masculinas, dessa maneira a cultura organizacional de algumas empresas tem impedido mulheres qualificadas de ascender posições de topo, dentro desse contexto as mulheres procuram encontrar estratégias para vencer as barreiras impostas pelo gênero, políticas e práticas organizacionais.

Segundo A. Eagly & Carli (2003) a liderança feminina é mais propensa a liderar e eficaz nas atuais condições contemporânea. Desde modo é importante destacar que a política de diversidade de gêneros dentro de uma instituição constitui relações de confiança entre a empresa e colaborador, melhora o desempenho financeiro, produz mudanças na cultura organizacional, impulsiona a descoberta de talentos e promove compromisso social. De acordo com Denmark (1993) a capacidade de liderança varia de acordo com seu status, pois quanto maior seu status, o líder é mais percebido e respeitado independentemente do gênero, porém para avaliar melhor a liderança e empoderamento feminino é preciso que mais mulheres assumam cargos de liderança.

Estudos apontam que o empreendedorismo feminino é menor que o empreendedorismo masculino no entanto, para alcançar o empreendedorismo feminino provavelmente a maioria das mulheres passa pelo processo da motivação, chave para o sucesso de seu empreendimento, somente o desejo e o sonho de ter o próprio negócio não é o suficiente, essas mulheres precisam ser motivadas por fatores externos ou internos.

2.8. Motivações para o empreendedorismo feminino

Mulheres empreendedoras exercem funções importantes na economia e ocasionalmente o empreendedorismo feminino se tornou um elemento da luta das mulheres por igualdade, através das conquistas femininas o processo empreendedor abriu maior espaço para a independência e conquista das mulheres, inclusive sendo um fator de escolha, poder e autonomia. Geralmente as mulheres veem o empreendedorismo como uma escolha de vida e suas motivações têm grande impacto para que isso aconteça, tais fatores estão associados a essa tomada de decisão,

dependendo de seu contexto social e financeiro existem diferentes estímulos para que isso aconteça como, por exemplo: adaptabilidade de integrar o profissional com o familiar, discriminação e insatisfação com o trabalho dentro de organizações, desemprego, independência, autorrealização, trabalhar com aquilo que gosta, empresas familiares, entre outros motivos (Belcourt, 1988; Buttner & Moore, 1997; Okafor & Amalu, 2010; Terrell & Troilo, 2010).

Segundo Carter, Gartner, Shaver & Gatewood (2003) em sua pesquisa com um conjunto de empreendedores foram atribuídos as razões que contribuirá para iniciativas empreendedoras entre homens e mulheres essas razões foram distinguidas em seis fatores; autor realização, sucesso financeiro, inovação, reconhecimento, independência e papéis. Os autores perceberam que a pontuação atribuída as mulheres no fator independência foi maior dos que a dos homens, enquanto o sucesso financeiro foi a maior pontuação masculina.

Semelhantemente Gunapalan (2016) usando a *Teoria de Push e Pull* percebeu que homens e mulheres têm motivações diferentes, os homens são mais propensos a motivação de puxar (pull) com os fatores de desejo e necessidade de realização, desenvolvimento pessoal, em contrapartida as mulheres são empurradas (push) por fatores de pressão que são; diminuição da renda familiar, desemprego e segurança. Por outro lado Orhan & Scott (2001) identificaram outros motivos relacionados a decisão da mulher de se tornar empreendedora, que são empreendedorismo por acaso, sucessão em empresa familiar, empreendedorismo forçado ou nenhuma outra escolha.

Conforme a presença feminina tem se ampliado nos mais diversos setores profissionais que antes eram exclusivamente masculinos, surgiram vários estudos sobre quais seriam as motivações femininas para o empreendedorismo, o processo de criação da empresa, as barreiras e conflitos, tais pesquisas abrangem tanto a área da administração, finanças e psicologia, evidenciado em diferentes países por diversos autores (Almobaireek & Manolova, 2013; Das, 2000; Franck, 2012; M. L. S. García & Adame, 2015; Gimenez et al., 2017; Holmén et al., 2011; Naguib & Jamali, 2015; Ramadani, 2015; Santander-Astorga et al., 2016; Wasilczuk & Zieba, 2008). Consequentemente percebeu-se que embora a mulher tenha conseguido desenvolver uma carreira sólida dentro do ambiente organizacional, as barreiras foram um fator importante para a decisão, além de fatores familiares e econômicos do país e pessoal.

2.8.1. Fatores que influenciam no processo empreendedor das mulheres

Diversos motivos levam a mulher a abrir seu próprio negócio seja por fatores pessoais ou econômicos, antigamente o empreendedorismo feminino era ligado ao empreendedorismo por necessidade, inclusive ainda é constatado em muitos países em desenvolvimento a economia por necessidade no processo empreendedor dessas mulheres, porém cada vez mais as mulheres estão buscando oportunidades para empreender. Entretanto, abordaremos a seguir fatores que influenciam o processo empreendedor feminino, barreiras sólidas na cultura corporativa nos dias de hoje como o teto de vidro, a desigualdade salarial e o fator conciliação da carreira e família.

2.8.1.1. Teto de Vidro

Essa expressão originalmente conhecida em inglês como Glass Ceiling (teto de vidro) introduzida nos anos 70 nos Estados Unidos, é um fenômeno bastante conhecido uma barreira invisível e bem familiar na realidade da mulher empreendedora, para se manterem competitivas no mercado as mulheres precisam quebrar essa barreira. Estudos evidenciam que este acontecimento é o resultado de quanto maior a posição em uma organização ou área de estudo, mais difícil é para uma mulher atingi-la, pois carreiras com alto nível de prestígio são dominadas por homens (Adams & Funk, 2012; Choi, 2019; Mota et al., 2015; Mourão & Galinkin, 2008). Além disso, as desvantagens pioram ao longo dos anos de carreira de uma pessoa, no caso da mulher (Cotter, Hermsen, Ovadia & Vanneman, 2001).

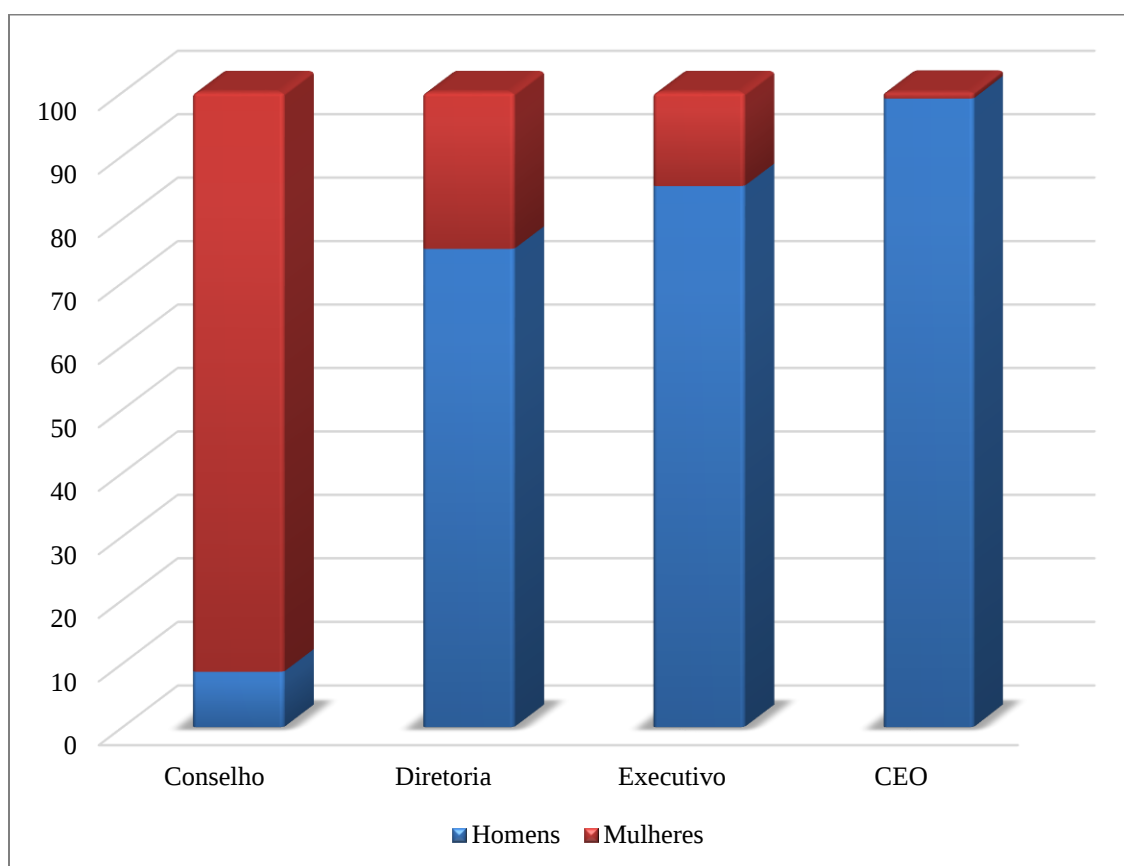
De acordo com Acker (2009) todas as organizações possuem regimes de desigualdade, definidos como práticas, processos, ações e significados pouco inter-relacionados que resultam e mantêm desigualdades de classe, gênero e raça dentro de organizações específicas. As mulheres de determinados grupos étnicos e raciais minoritários sofrem com uma maior sub-representação do que as mulheres de grupos majoritários (Ascher, 2012b).

A figura da mulher diante das esferas sociais e de sua suposta falta de ambição ligado à sua socialização familiar, as imposições da sociedade, a dominância e os privilégios concedidos a presença masculina em todas as etapas da sua vida, dificultou a sua ascensão ao universo corporativo (Marry & Pochic, 2017). Apesar do enorme avanço dos direitos civis das mulheres e aumento dos discursos de igualdade entre gêneros, ainda existem diferenças significativas de divisão hierárquica dentro das empresas (Mota et al., 2015).

Para os autores (Cook & Glass, 2014a; Frankforter, 1996) um dos fatores que favorecem a conquista em uma alta posição dentro de uma organização é o fator de idade da empresa e o tamanho dessa, essas duas variáveis proporciona a integração da mulher em ocupações corporativas. Contudo essas barreiras invisíveis recorrentes em mulheres no setor corporativo atingem mulheres com elevado potencial de ascensão na hierarquia de uma organização, revelando discriminações em relação ao seu gênero e potencial.

Consequentemente a experiência das mulheres em grandes empresas em carreiras gerenciais de diversos países como presidentes, CEO's ou gestores sênior ainda é limitada, isso acontece também na Europa evidenciado por diversos autores (Albrecht et al., 2003; Arulampalam et al., 2007; Bertrand et al., 2019; Christofides et al., 2013; Collischon, 2019; Gutierrez & Gutierrez, 2016; Jellal et al., 2008; Linehan & Walsh, 1999) entre outros. De acordo com uma pesquisa da Comissão Europeia de 2016 (Jourová, 2016) denominada *Gender balance on corporate boards – Europe is cracking the glass ceiling*, a Europa tem quebrado o teto de vidro buscando o equilíbrio de gênero nos conselhos de administração, em média 23,3% de empresas de capital aberto o conselho administrativo é representado por mulheres, um aumento significativo face ao ano de 2010 em que a taxa foi de 11,9%, porém somente em dez países (França, Suécia, Itália, Finlândia, Holanda, Letônia, Alemanha, Reino Unido, Dinamarca e Bélgica) a presença feminina representa pelo menos um quarto dos membros de conselho. Neste sentido o relatório do (Corporate Women Directors International, 2019) as maiores empresas de serviços financeiros listadas em 2018 pela Fortune Global 500 um total de 104 instituições, os homens continuam dominando as salas de reuniões.

Gráfico 4 Mulheres em cargos de alto nível de gestão nas maiores instituições financeiras do mundo.



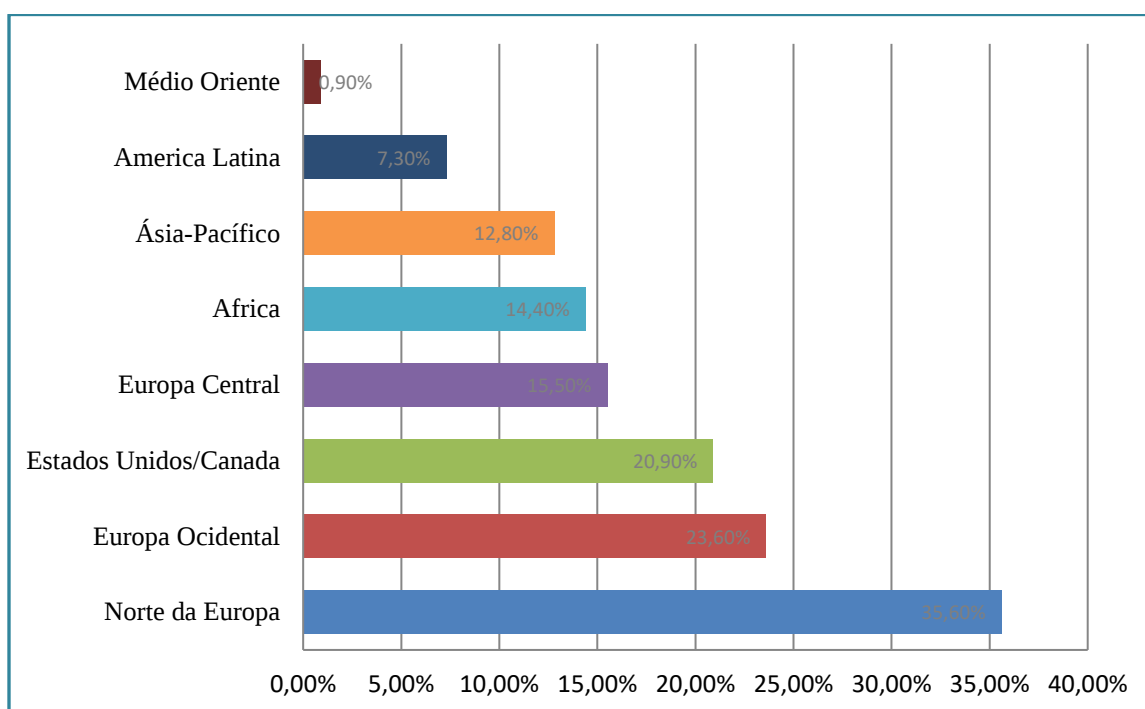
Fonte: (Corporate Women Directors International, 2019)

No gráfico 4 podemos ver a disparidade em cargos de mais alto nível, a representatividade de mulheres como diretoras é de apenas 24,7% face aos 75,3% de homens, apenas 14,8% dos executivos são mulheres enquanto 85,2% são homens, somente uma das 104 empresas participantes da pesquisa tem uma mulher no cargo de CEO, a maior representação acontece no conselho 8,7% homens e 91,3% de mulheres, é a ocupação onde a mulher tem mais espaço, dessas grandes instituições financeiras apenas 9 possuem conselho totalmente masculino.

O gráfico 5 mostra a presença feminina em conselhos das 200 empresas maiores do mundo, a Europa destaca dos demais países tendo uma representação significativa, a França e Itália tem o maior índice de ganho na Europa, as empresas Francesas representam cerca de 43,4% e Itália 34,8% de mulheres (Corporate Women Directors International, 2018).

A Europa lidera devido ao resultado de seus esforços para diminuição da desigualdade entre gêneros e a inclusão da educação empreendedora em seu programa educacional. O continente Europeu tem uma taxa ao todo de 74,7%, enquanto Estados Unidos e Canada tem 20,9%, África 14,4%, Ásia 12,8%, América latina 7,3% e Oriente Médio 0,9%.

Gráfico 5 Comparação regional de mulheres em conselhos de empresas.



Fonte: (Corporate Women Directors International, 2017).

Entretanto (Bjerk, 2008) argumenta que a razão pela qual as mulheres e minorias dificilmente são representadas nos níveis mais altos da maioria das profissões não é por causa de qualquer discriminação ou barreiras, simplesmente é porque existem poucas candidatas e minorias com número suficiente de profissionais ou qualificações. Porém, o autor salienta que para ocupar altos níveis hierárquicos dentro de uma instituição, os candidatos são sujeitos a exames minuciosos para definir os limites de “qualificação”, por parte dos indivíduos contratantes.

Sendo uma série de fatores a bloquear a igualdade no emprego uma grande parte das mulheres são penalizadas por não terem a “qualificação” ideal para subir na carreira, tais qualificações são; desigualdade social, questões familiares, discriminação cultural, disponibilidade para trabalhar a tempo inteiro e no caso também um fator existente e adisparidade salarial dentro de uma organização entre cargos do mesmo nível (Acker, 2009; Godoy & Mladinic, 2009; Jellal et al., 2005; Purcell et al., 2010).

2.8.1.2. Desigualdade Salarial dentro das empresas

A inserção da presença feminina no mercado de trabalho em diferentes profissões mostra que a disparidade salarial entre gênero é uma característica persistente que continua a existir dentro das organizações em todas as partes do mundo. Geralmente as mulheres ganham menos do que

os homens para exercerem ocupações iguais, esse desequilíbrio é influenciado por múltiplos fatores podendo incluir motivos sociais, econômicos, culturais, níveis educacionais, experiência profissional, fatores familiares como filhos, casamento, jornada de trabalho entre outros.

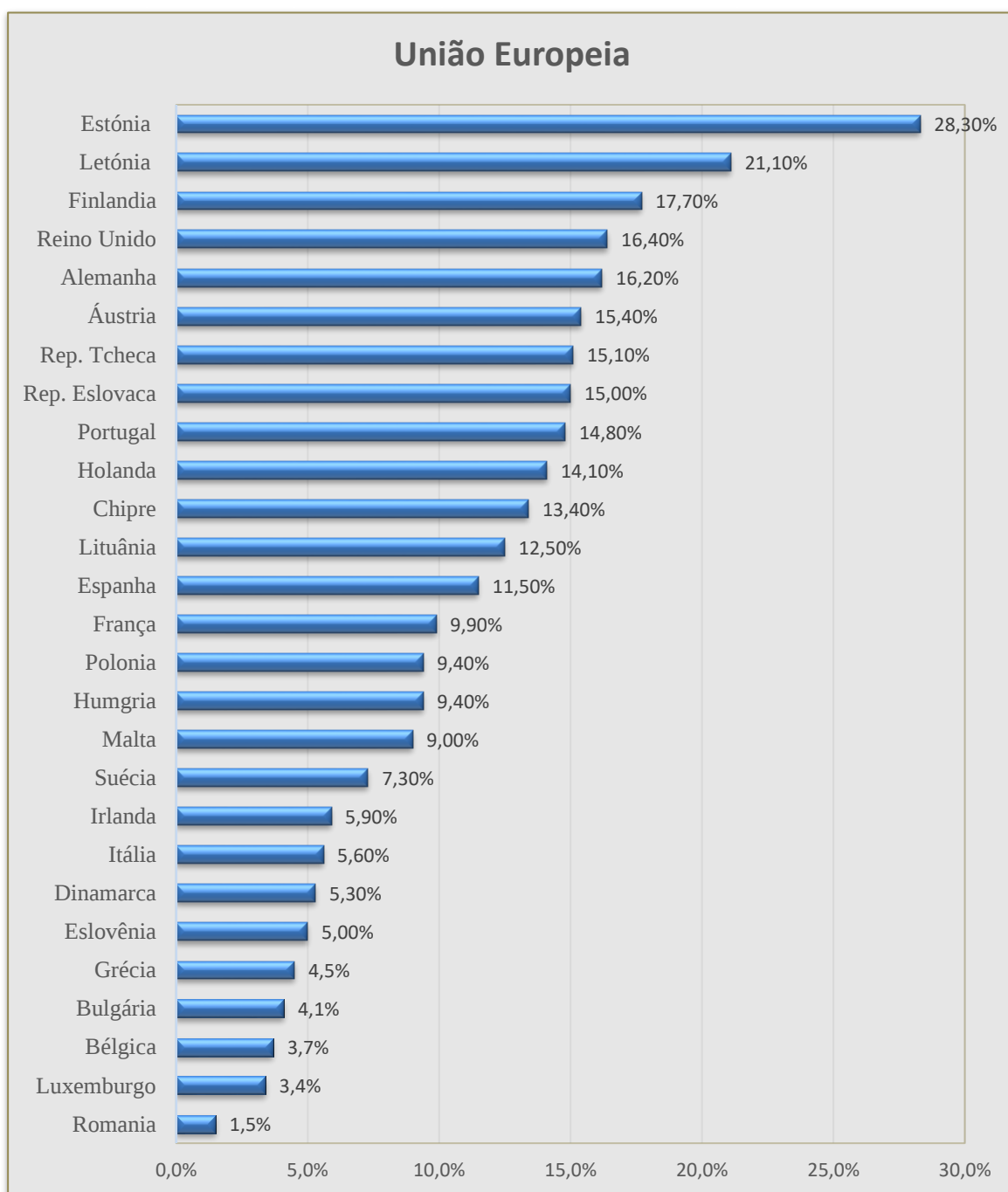
Entretanto ao longo dos anos, a diferença de gênero nos salários tem sido uma fonte de preocupação pública e um quebra-cabeça para os pesquisadores (O'Neill, 2003). Existem diversas pesquisas sobre o tema, porém a conclusão é a mesma a desigualdade salarial persiste com maior frequência no setor privado do que no público. As mulheres em muitos países têm média salarial menor do que os colegas do sexo masculino, apesar de alguns países as diferenças serem poucas menos de 10% alguns chegam a quase 50% de diferença salarial, tal desvalorização traz resultados desfavoráveis para as mulheres e para as empresas que praticam (Blau & Kahn, 2007; Grubb & Wilson, 1989; Lips, 2003; Marques & Ferreira, 2015; Wrohlich & Zucco, 2017).

Embora a legislação de salários iguais exista na Europa em seus estados-membros a mais de 30 anos a disparidade de gênero na União Europeia está longe de alcançar padrões exemplares, mesmo com mais anos de educação as mulheres continuam a ganhar menos do que os homens (Christofides et al., 2013; Plantenga et al., 2009; M. Smith, 2012).

No gráfico 6 podemos perceber a desigualdade salarial nos 28 estados membros da União Europeia, em último lugar na escala está a Estónia a qual tem a maior taxa, 28,3% da lacuna enquanto em primeiro lugar com a menor diferença é na Romênia com cerca de 1,5%, Portugal fica com o nono lugar chegando a 14, 8%, a pesquisa tem o intervalo de quatro anos de 2014 a 2018.

Segundo a comissão europeia alguns fatores contribuem para as disparidades salariais entre homens e mulheres um deles é que os homens são predominantes em cargos de gerência, igualmente evidenciado no tópico anterior.

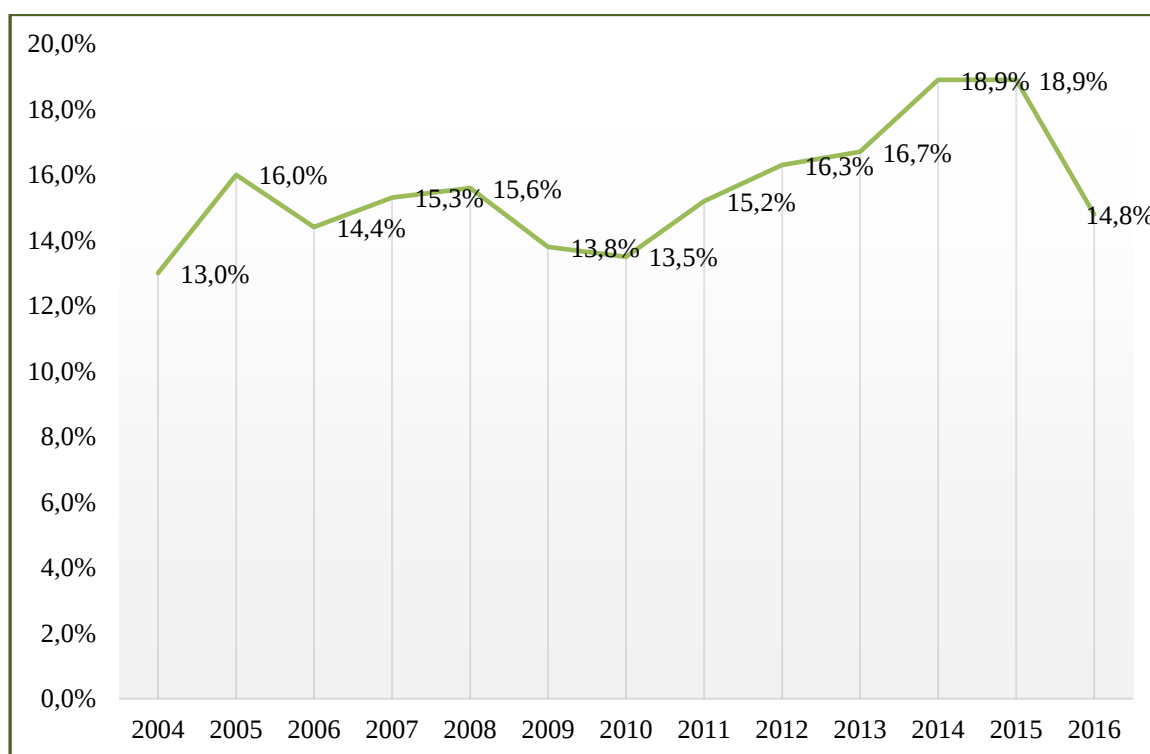
Gráfico 6 Diferença Salarial Entre 2014 e 2018 nos países da União Europeia.



Fonte: (OCDE, 2018a).

De acordo com os autores Rubery, Grimshaw & Figueiredo (2005) para haver resultados na estratégia do governo de reduzir a disparidade salarial nos estados-membros da união europeia é preciso ter uma mudança radical na política. Segundo OCDE (2018a) a diferença salarial de gênero não é ajustada e é definida como a diferença entre o salário médio de homens e mulheres em relação ao salário médio de homens. Em decorrência disso no gráfico 7 mostra a taxa de desigualdade em Portugal nos últimos 12 anos no país com média 15%.

Gráfico 7 Desigualdade salarial entre 2004 a 2016.



Fonte: (OCDE, 2018a).

Diante disso os autores (Nunes & Cardim, 2017) constataram que os estudos sobre a disparidade salarial entre trabalhadores são frequentes, porém investigações sobre remunerações salariais regionais e por setores de atividade são poucas.

2.8.1.3. Conciliação família e carreira

As mulheres são conhecidas por serem “multitarefa” que é o comportamento de se dividirem em diferentes atividades e ações cotidianas, pessoal, profissionais e familiares, portanto mesmo com essas habilidades a maternidade e a conciliação com a carreira nem sempre é possível, principalmente quando essas mulheres estão ligadas a alguma organização. Atualmente muitas empresas inovaram e implementaram dentro da organização programas que ajudam as profissionais a conciliarem seu tempo e oferecem benefícios. Contudo, a realidade das milhares de mulheres em todo mundo que ocupam um trabalho remunerado seja em empresas privadas ou públicas infelizmente experimentam de outras perspectivas.

Além disso, a consolidação desses papéis trouxe implicações entre carreira e à maternidade, as mulheres precisam lidar com cobranças sociais e profissional, os dilemas que sofrem discriminação ou são hostilizadas por estarem grávidas ou terem filhos. Algumas implicações

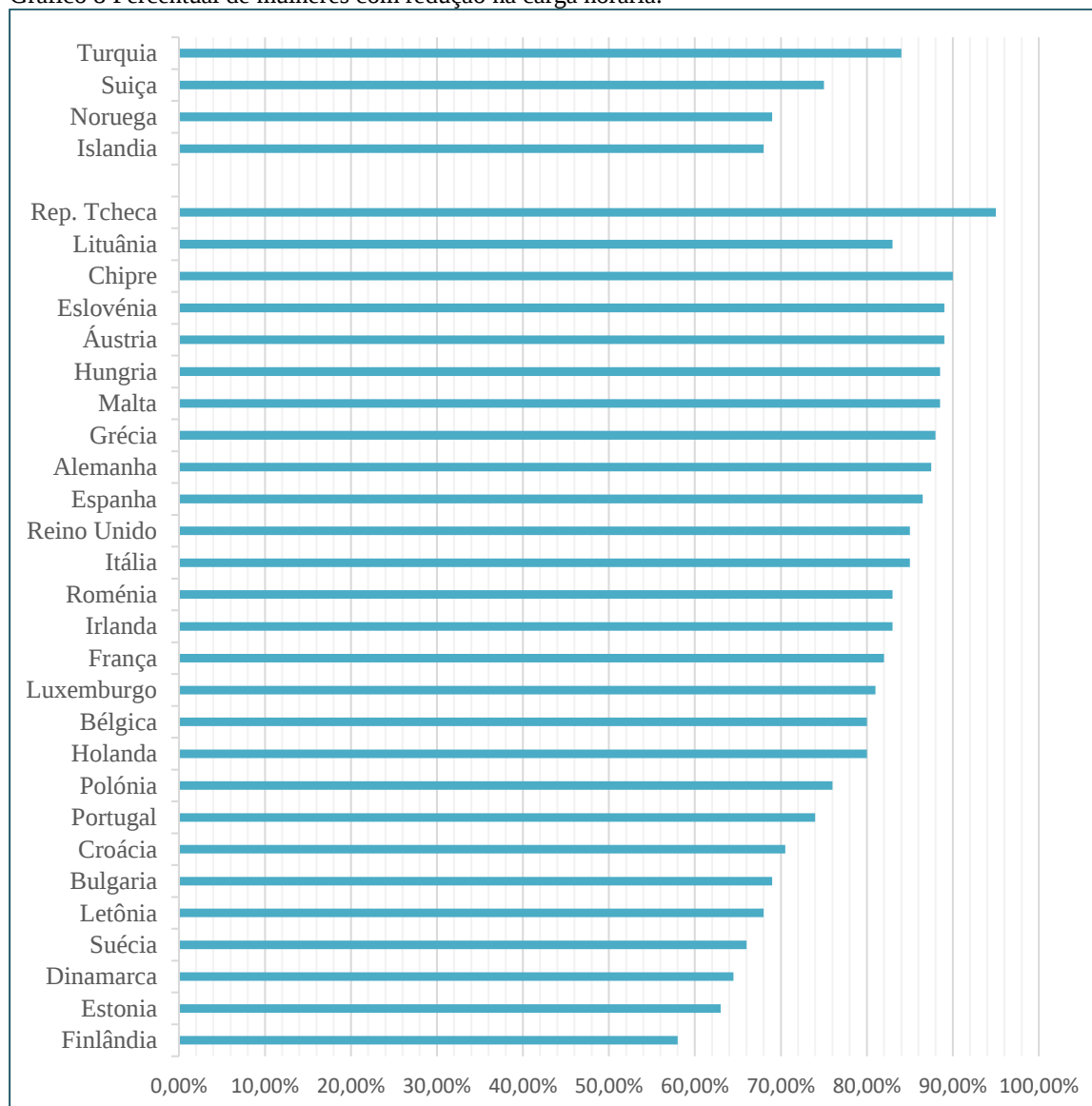
que surgem ao longo do tempo na carreira da mulher por ela ser mãe são diversas, porém as que são mais recorrentes são; cobrança por serem boas mães, salários reduzidos decorrente da “menor” jornada de trabalho, demissão logo após a volta ao trabalho, doenças relacionadas com o stress, retrocesso no progresso da carreira entre outras (Beltrame & Donelli, 2012; Correll, Benard, & Paik, 2007; Garcia & Vieceili, 2018; Korabik & Rosin, 1995; O’Neill, 2003).

Dessa forma (Musumeci & Solera, 2013) analisam que a interrupção ou a reconciliação de carreira estão ligadas a fatores que variam entre países, grupos sociais e padrões financeiros. Inclusive os autores salientam que a participação das mulheres no mercado de trabalho diferencia-se dos homens, estando relacionada com a atribuição do gênero as responsabilidades e obrigações familiares. Embora o crescimento da presença feminina em ocupações laborais tenha sido grande quando se trata de ajustar a carreira muitas das vezes cabe a mulher fazer esse papel.

Do mesmo modo Gregory & Connolly (2008) evidencia que as mulheres reduzem substancialmente suas horas de trabalho após a maternidade, principalmente com a chegada do primeiro filho. A carga horária é um enorme obstáculo para as mães essencialmente no caso de trabalhos a tempo inteiro, os autores afirmam que a presença de crianças continua a moldar os padrões de oferta de trabalho de mulheres por muitos anos subsequentes.

A produtividade feminina é constantemente subestimada no cenário organizacional através da sua inclusão e permanência após a maternidade, isso dificilmente ocorre com o gênero masculino, a condição familiar e biológica tem impacto negativo na carreira da mulher quanto ao trabalho, a relação a ter filhos sofre uma demanda de sua dedicação ao trabalho. Na percepção do mercado de trabalho mulheres com filhos menores inclinam-se a ter menor disponibilidade para dedicação no trabalho, consequentemente a busca de melhor posicionamento profissional produz segregações em funções iguais às masculinas. Portanto, no gráfico 8 mostra o percentual de mulheres entre 18 e 64 anos nos países europeus que reduziram a carga horária por conta da maternidade, os dados são do (Eurostat, 2018). A pesquisa mostra que Portugal tem uma taxa em média 74% de diminuição na carga horária das mulheres.

Gráfico 8 Percentual de mulheres com redução na carga horária.



Fonte: (Adap. Eurostat, 2018).

Heilman & Okimoto (2008) fizeram uma pesquisa com pessoas com filhos e pessoas sem filhos e o resultado mostra que a associação de pessoas para ambos os sexo com filhos nos requisitos foco e comprometimento com o trabalho, o desempenho de ambos os gêneros produz negatividade no ambiente de trabalho, até mesmo para os homens o foco tende a diminuir, porém para as mulheres o processo da maternidade tem uma maior negatividade principalmente na ascensão da carreira. Consequentemente um dos motivos para que muitas mulheres abandonem suas carreiras no mercado de trabalho é a pressão que sofrem ao retornar ao trabalho após serem mães, diante disso essas mulheres investem no empreendedorismo por ser uma forma de conciliar família e trabalho.

2.9. Empreendedorismo Feminino em Portugal

Em uma rápida pesquisa aos repositórios de artigo científico percebeu-se que o número de publicações sobre empreendedorismo feminino e de gênero é bastante limitado, ao contrário que em outras áreas do empreendedorismo existem artigos ainda bem poucos, porém com base para atuais trabalhos tais como (Baptista et al., 2008; Braga et al., 2014; Mendes, 2007; Parente et al., 2012; Redford, 2006; M. Rodrigues & Franco, 2018; Salavisa et al., 2009; Teixeira & Silva, 2012) entre outros.

O empreendedorismo feminino em Portugal tem avançado nos últimos anos as portuguesas têm enfrentado as barreiras e assumindo riscos face às oportunidades de mercado. Os benefícios associados ao empreendedorismo são bastante convincentes tais como criação de novos empregos, desenvolvimento da sociedade, incentivo para a competitividade e procedimentos inovadores entre outros, diante disso o empreendedorismo é um forte impulsionador no crescimento econômico.

De acordo com a Base de Dados Portugal Contemporâneo (Pordata, 2018) Portugal teve estimativa populacional de cerca de 10.283,8 milhões de pessoas, diante disso o percentual de mulheres no país é de 52% um total correspondente a 5.423,8 milhões de indivíduos, isso demonstra que mais da metade da população é do sexo feminino. Porém, os estudos sobre o tema empreendedorismo feminino são poucos, diante do público empreendedor.

Bernardino et al (2018) mostra que a principal motivação das mulheres empreendedoras no país envolve desde a perseguição de um sonho ao interesse pelo setor de atividade, e seus principais obstáculos vão desde a burocracia, a obtenção de financiamento e os custos que envolve a criação da empresa. Contudo (Santos et al., 2017) salienta em sua pesquisa com empreendedoras no norte do País que as mulheres se mostram qualificadas para gerenciar efetivamente os papéis de mãe, esposa e empresária, independentemente do contexto territorial.

Segundo o GEM (2013) relatório que apresenta uma década de empreendedorismo direcionado exclusivamente para Portugal, mostra que os empreendedores early-stage na faixa etária de 18 a 64 anos são predominantes do gênero masculino nas três economias do estudo em relação a taxa TEA (*Total Entrepreneurial Activity*), como mostra a tabela 6 a seguir.

Tabela 6 Orientação de economias.

Tipos de Economia	Média da Taxa TEA para o gênero masculino	Média da Taxa TEA para o gênero feminino
Orientadas para a produção	22,3%	19,8%
Orientadas para a eficiência	17,2%	11,8%
Orientadas para a inovação	1,1%	5,7%

Fonte: (Adp. GEM, 2013).

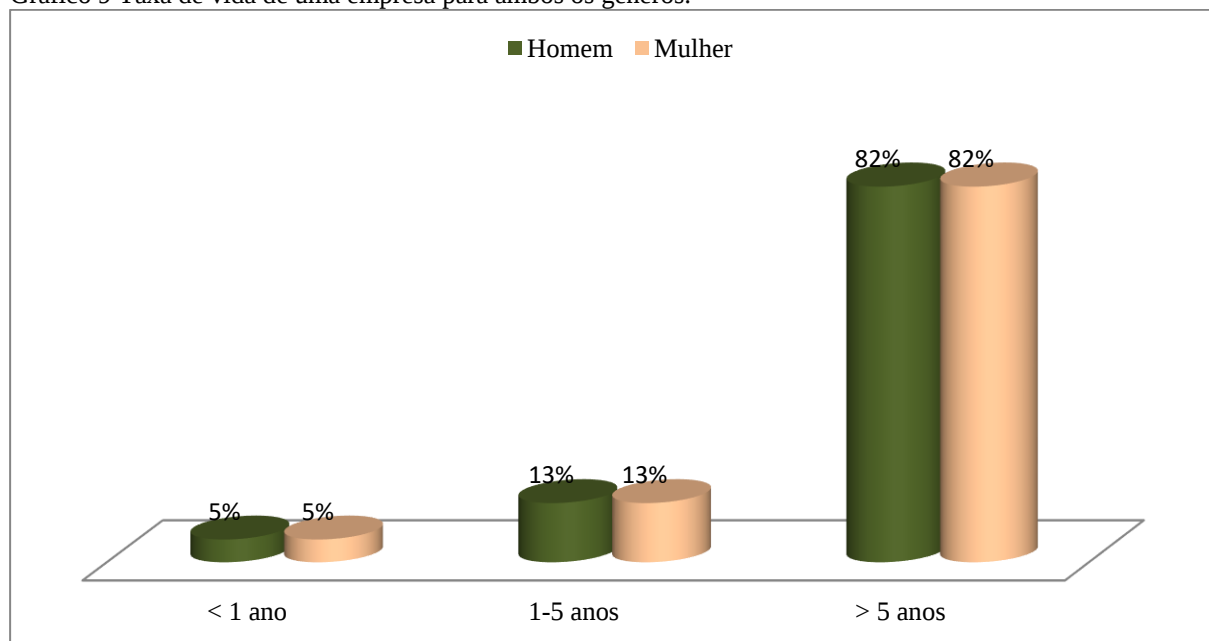
De acordo com a pesquisa a economia voltada para fatores de produção mostra maior atividade empreendedora feminina, essa economia segundo o instituto é o progresso econômico que consiste em mudanças na quantidade e no carácter do valor acrescentado econômico. O empreendedorismo feminino também tem sido representado em setores de atividades de serviços ou comércio.

Do mesmo modo o empreendedorismo independente do gênero apresenta maior crescimento em micro e pequenas empresas (Allen & Rahman, 1985). Semelhantemente (Chiřiba, 2014) relata que a Europa é representada por pequenas e médias empresas, gerando empregos e sustentando recursos econômicos e desenvolvimento social e riqueza entre os cidadãos Europeus.

Entretanto, o autor Minniti (2010) em sua pesquisa exploratória sobre a relação da atividade econômica e o empreendedorismo, verifica que o número de mulheres empresárias é consideravelmente menor que do gênero masculino e embora estudos relatam a existência de diferenças no comportamento empreendedor, até certo ponto não existe consenso geral que essas diferenças estão ligadas ao PIB per capita de um país.

No gráfico 9 conforme relatório dos dados estatísticos de mulheres empresárias na Europa do ano de 2012, o estudo verificou os anos de negócios em três grupos indicadores de homens e mulheres em Portugal entre outros países, e pode-se perceber que em ambos os gêneros o País não apresenta diferença do tempo de vida de uma empresa.

Gráfico 9 Taxa de vida de uma empresa para ambos os gêneros.

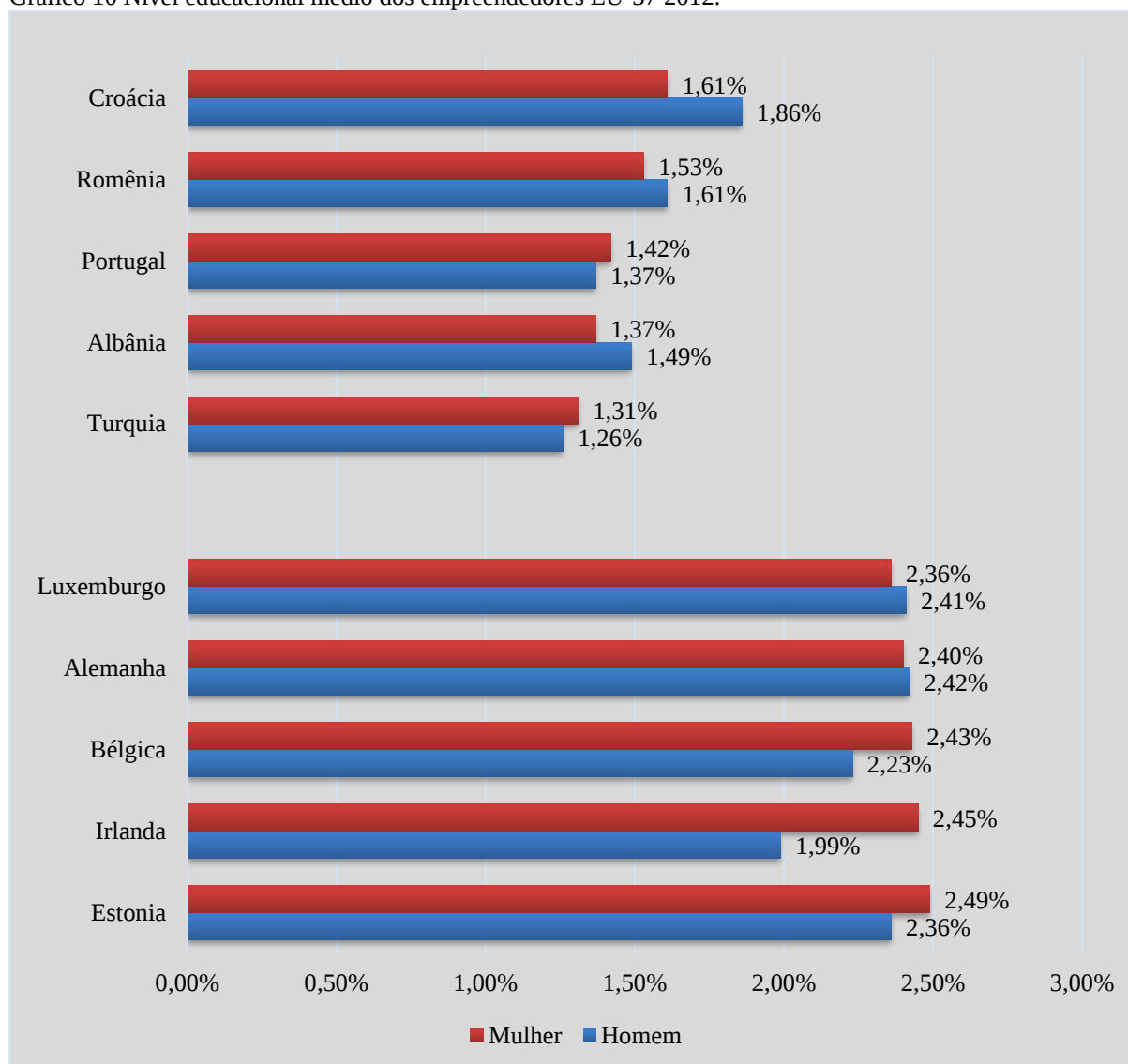


Fonte: (European Commission, 2014).

Conforme publicado no relatório da European Commission 2014 mediu o nível educacional dos empreendedores em 2012, o qual apresentou uma melhor educação para as mulheres empresárias na UE-28 e na Europa-37. A pesquisa mostra que a média para as mulheres é de 2.1 e para os homens 1.9, a investigação calculou e dividiu o nível de escolaridade em três indicadores; 1 nível baixo, 2 nível médio e 3 nível alto, esses níveis variam entre os países.

No gráfico 10 mostra os cinco países com o mais alto nível médio de educação de mulheres e homens empreendedores (Estónia, Bélgica, Alemanha e Luxemburgo) e também os países com os menores índices de escolaridade o nível 1, que são Turquia, Albânia, Portugal, Roménia e Croácia. Apesar de Portugal está entre os cinco países com baixo nível de escolaridade entre empreendedores, as mulheres permanecem com níveis educacionais melhores do que os homens. Segundo Martins (2005) Portugal disponibiliza para o sistema educativo muito menos recursos do que a maior parte dos países com grandes níveis de escolaridade e de crescimento das suas taxas de escolarização.

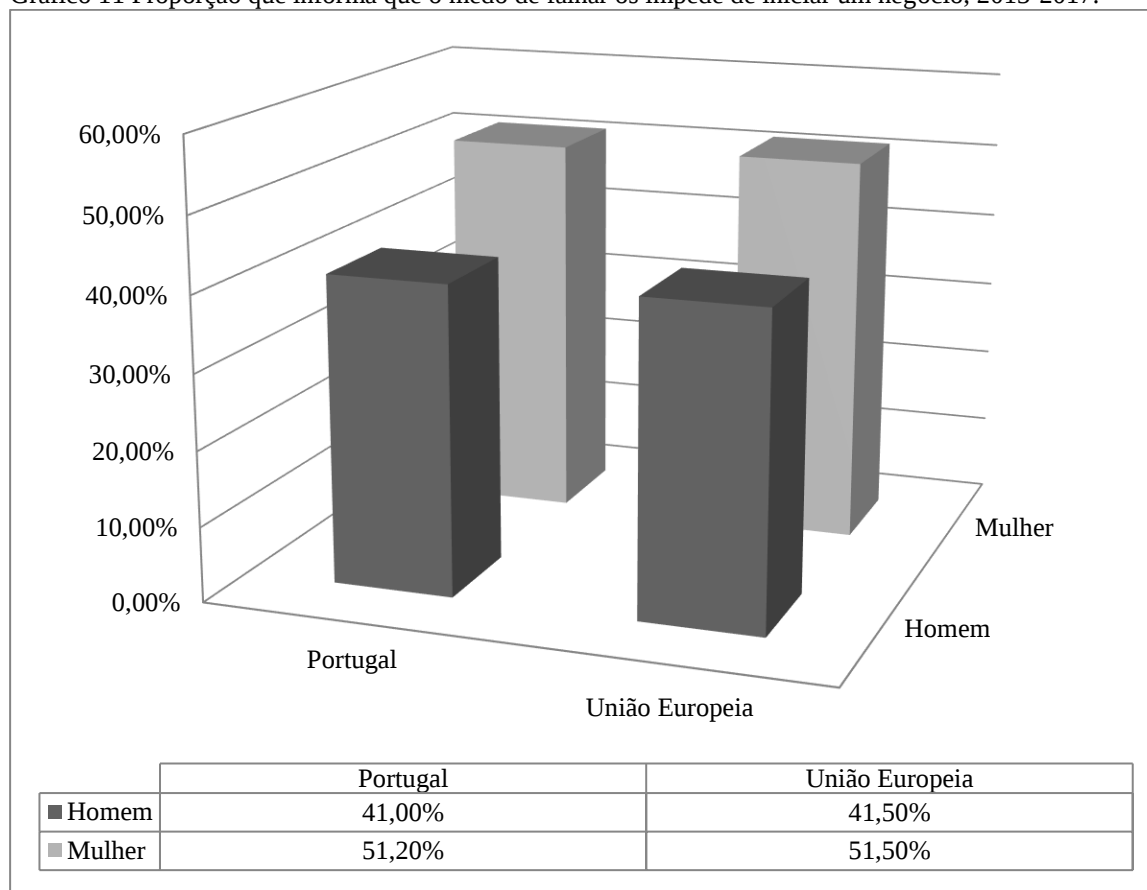
Gráfico 10 Nível educacional médio dos empreendedores EU-37 2012.



Fonte: (Adap. European Commission, 2014).

Conforme A. Oliveira et al. (2017) uma barreira associada a criação de novas empresas que tem um impacto bastante significativo são as financeiras, independente do grupo ao qual pertence o empreendedor, as fontes de financiamento de uma empresa são extremamente indispensáveis para o processo. Na pesquisa da (OCDE, 2018b) intitulada “*Inclusive Entrepreneurship Policies: Country Assessment Notes*” – Portugal (Políticas Inclusivas de empreendedorismo: Notas de Avaliação do País) verificou que entre 2013 e 2017 a barreira frequentemente citada na criação de uma empresa é o medo do fracasso, sendo esse obstáculo com maior índice preocupante entre as mulheres com taxa de 51,20% ao contrário dos homens com 41%, evidenciado no gráfico 11.

Gráfico 11 Proporção que informa que o medo de falhar os impede de iniciar um negócio, 2013-2017.

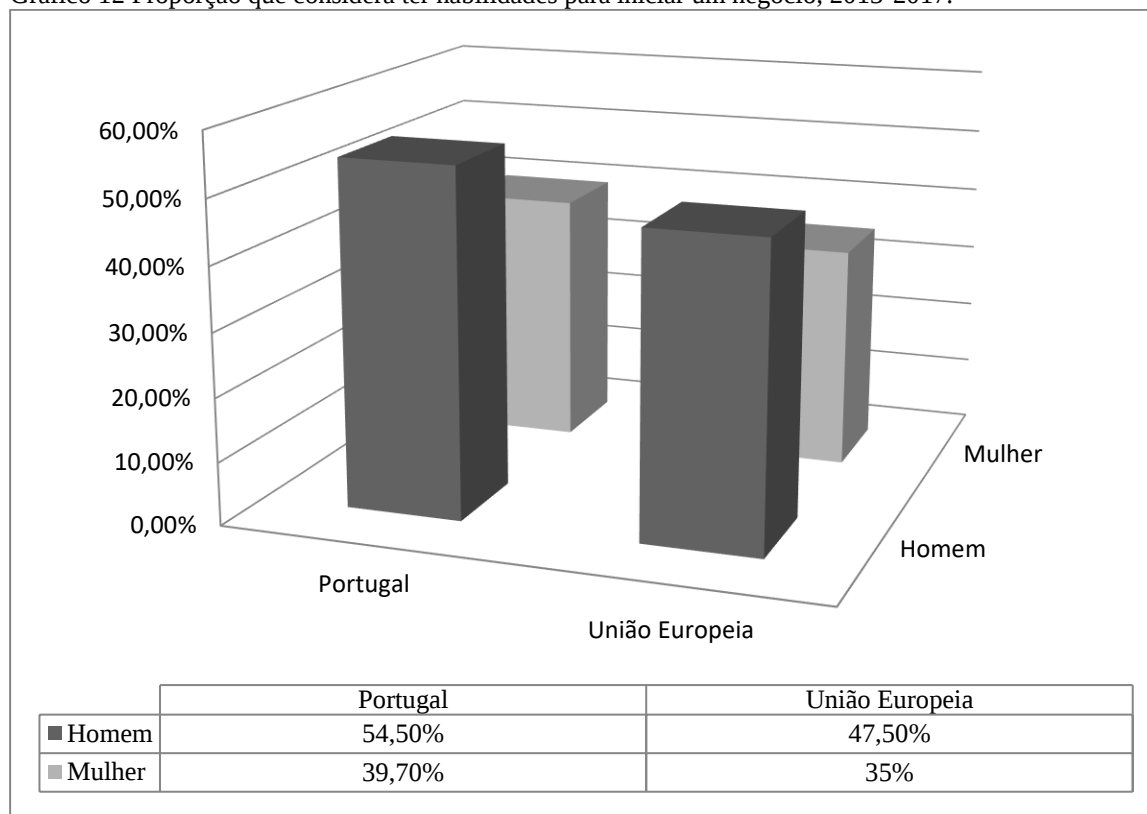


Fonte: (Adap. OCDE, 2018b).

O dom natural para o empreendedorismo é um fator que ainda não foi comprovado cientificamente, porém as aptidões voltadas para o empreendedorismo é uma condição fundamental, os empreendedores precisam ter talento para gerir suas empresas, os autores (Mendonça & Grimpe, 2016) acrescenta que as competências e as habilidades de conhecimento empreendedor são fatores importantes de produção e ganham extrema importância como fonte de crescimento econômico.

Na mesma pesquisa da (OCDE, 2018b) foi comparada outra barreira significativa a questão das habilidades e conhecimentos necessários para abrir um negócio, os homens mostraram mais confiantes neste quesito, 39,70% das mulheres demonstraram menos confiança em suas habilidades, como é mostrado no gráfico 12.

Gráfico 12 Proporção que considera ter habilidades para iniciar um negócio, 2013-2017.

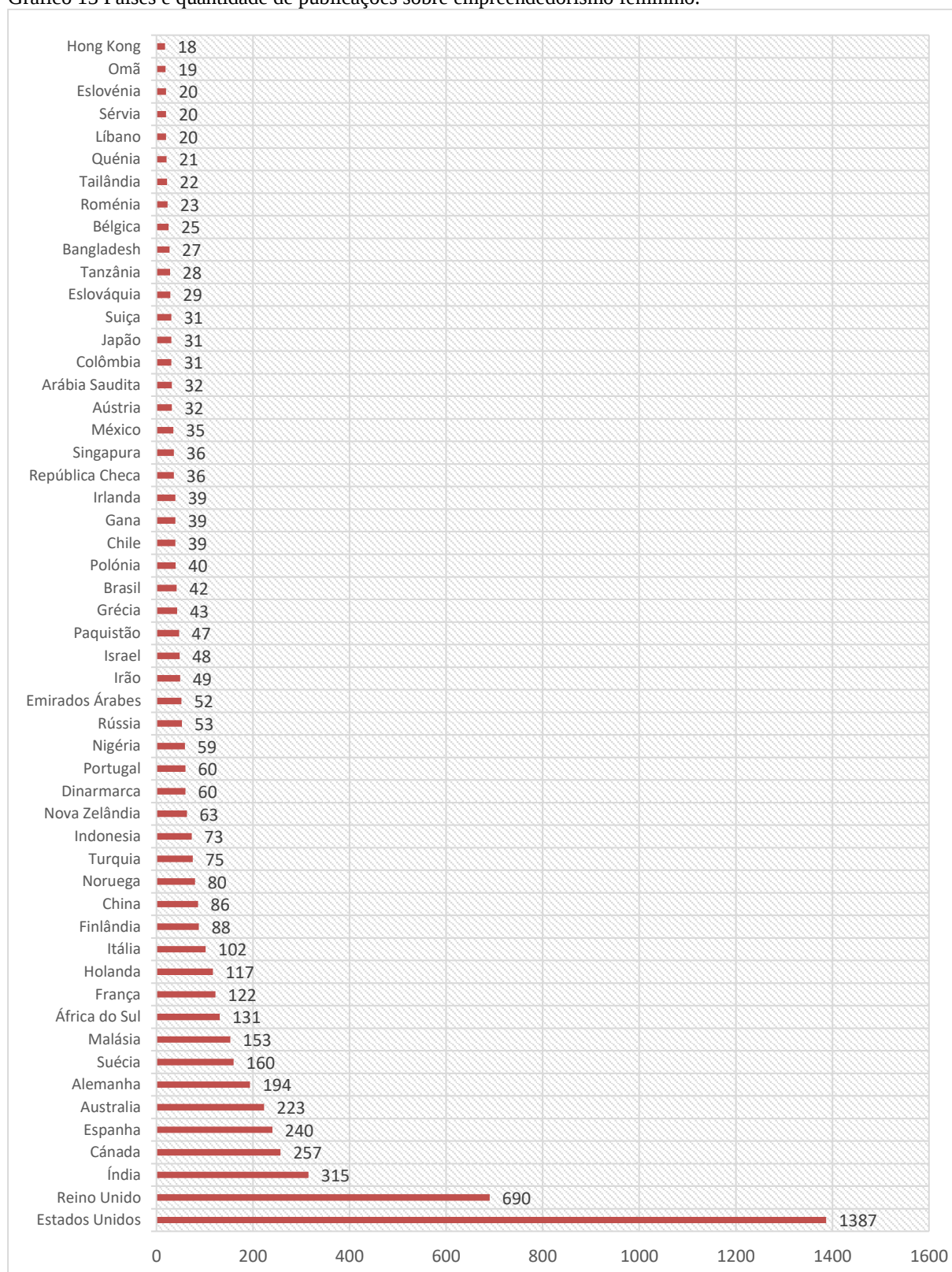


Fonte: (Adap. OCDE, 2018b).

Os autores (Baughn et al., 2006; P. O. García & Capitán, 2016) relatam que as taxas de mulheres e homens envolvidos no empreendedorismo estão relacionadas com o apoio governamental que recebem, igualmente em relação à igualdade de gênero, os países com maior nível de suporte a atividade empreendedora feminina tem maior tendência a ter uma proporção maior de mulheres empresárias. Diante disso verifica-se que quanto maior o nível de participação do estado em programas, incentivo social, treinamento e políticas econômicas e jurídicas ao empreendedorismo feminino mais alto será a visibilidade do papel das mulheres empreendedoras e sua participação e empoderamento no processo decisório.

No gráfico 13 é possível verificar quais são os países que mais publicam, investem e pesquisam sobre o tema empreendedorismo feminino, através da pesquisa na base de dados Scopus vemos número de publicações entre o período de 1981 a 2019. Entretanto nos últimos cinco anos entre 2015 e 2019 a plataforma registrou 1.128 artigos que abordaram o tema de empreendedorismo feminino.

Gráfico 13 Países e quantidade de publicações sobre empreendedorismo feminino.



Fonte: Scopus

Consequentemente o empreendedorismo em Portugal para ambos os gêneros é ainda pouco explorado tanto cientificamente quanto por iniciativas empreendedoras, apesar que exista um

crescente número de empresas novas em decorrência da eventual crise em outros países e a chegada de imigrantes no país, fica evidenciado uma lacuna de interesse por parte dos indivíduos acadêmicos.

2.10. Intraempreendedorismo

O intraempreendedorismo é a maneira de empreender dentro de uma organização já existente, independentemente do tamanho da empresa ou nível hierárquico do indivíduo o intraempreendedor é o colaborador que contribui para o desenvolvimento e inovação da empresa a qual trabalha. O conceito foi introduzido pela primeira vez na década de 80 pelo empreendedor Gifford Pinchot III, o qual define o intraempreendedor como um sonhador que assume responsabilidade de criar inovação de qualquer tipo dentro de uma organização, podendo ser criador ou inventor que descobre como transformar uma ideia criativa em uma realidade (citado por Kolchin & Hyclak, 1987).

De acordo com Pinchot, 2010 (citado por Cadar & Badulescu, 2015) o intraempreendedorismo é um conjunto de boas práticas comerciais que dão autonomia às pessoas com personalidade empreendedora de inovar rapidamente em grandes organizações, inclui ações individuais ou ações da equipe, assim trazendo benefícios para toda a organização.

Ao contrário do empreendedor que é aquele que cria uma empresa a partir do zero, o intraempreendedor empreende internamente dentro de uma organização, seja desenvolvendo novos produtos e serviços ou melhorando processos já existentes. De acordo com os autores Nassif, Andreassi & Simões (2011) o intraempreendedor é aquele que procurar e aproveita oportunidades indiferentemente dos recursos que dispõe seu trabalho. Da mesma forma (Baruah & Ward, 2015) afirmam que o intraempreendedorismo pode ser uma solução eficaz para gerenciar a progressão da inovação em diferentes organizações e, assim, resolver uma variedade de complexidades.

Conforme Cordeiro (2016) o intraempreendedor precisa ser motivado no seu local de trabalho, não de forma isolada, porém é preciso fazer um planejamento estratégico no qual a responsabilidade dos gestores da empresa é de promover a motivação dentro da cultura organizacional, buscando implementar técnicas que estimulem a criatividade e participação dos seus colaboradores, para que seja desenvolvido novas ideias. Em um estudo feito pelos autores (Chieh & Andreassi, 2008) dentro de uma instituição bancária mostrou que o tema é pouco

conhecido dentro de uma organização embora, o conceito seja compreendido. As empresas estão cada vez mais implantando de programas institucionais e prêmios, sendo uma forma de valorizar e atrair cada vez mais os funcionários, uma maneira de estimular de forma direta as atitudes intraempreendedoras.

Da mesma maneira Baruah & Ward (2015) observa que o intraempreendedorismo como conceito evolui bastante ao longo dos anos e que seus benefícios são variados e conforme as tendências mudam, as organizações para sobreviver e manter vantagens competitivas estão buscando desenvolver iniciativas intraempreendedoras, buscando desempenhar a lucratividade, inovação e competitividade. Conforme (Camelo-Ordaz et al., 2012) os valores pessoais do intraempreendedor influenciam o desempenho da inovação em pequenas empresas criativas, contribuindo para reestruturação e crescimento institucional.

Nos discursos atuais sobre inovação empresarial, o intraempreendedor emerge como um novo modelo do trabalhador, caracterizado por seu envolvimento e capacidade de inovar, transformando-se em um indivíduo ideal no qual qualquer funcionário precisa-se projetar. De acordo com (Ortega & Rodríguez, 2018) o intraempreendedor é um dispositivo de ativação para os funcionários. As organizações estão procurando desenvolver cada vez mais o intraempreendedorismo no ambiente organizacional, o profissional intraempreendedor é como se fosse um sócio da empresa, porém exercendo suas atividades de forma dependente. É o indivíduo que está sempre em busca de oportunidades de mais valia para a organização, seu foco é melhorar continuamente seu ambiente de trabalho, algumas características do agente intraempreendedor são:

-  Proativo
-  Corajoso
-  Persistente
-  Entusiasta
-  Estratégico
-  Ousado
-  Autêntico
-  Incetivador

Algumas dessas características são vistas tanto no empreendedor como no intraempreendedor, portanto para os autores (Maier & Pop Zenovia, 2011) as pessoas que querem criar ideias inovadoras devem primeiro considerar o que é melhor ser intraempreendedor em uma empresa

já existente ou criar uma empresa, diante disso foi proposto uma tabela para ajudar aqueles que buscam decidir qual processo escolher, na tabela 7 analisa algumas vantagens e desvantagens de cada processo.

Tabela 7 Vantagens e desvantagens de cada processo.

EMPREENDEDORISMO	
Vantagens	Desvantagens
❖ Você é o próprio chefe	❖ Insegurança financeira
❖ Cem por cento dos lucros	❖ Poucos benefícios governamentais
❖ Originalidade	❖ Jornada de trabalho extensa
❖ Realização pessoal de criação de uma empresa	❖ Total responsabilidade pelos erros
❖ Possibilidades de criar e inovar a sua maneira	❖ Gestão de empresa individual
❖ Decisão e poder financeiro	❖ Instabilidade no mercado
INTRAEMPREENDEDORISMO	
Vantagens	Desvantagens
❖ Trabalhar em uma empresa que goste	❖ Dependência de uma hierarquia
❖ Praticar habilidades - correndo menos risco	❖ Ideias e inovação sujeitas a aprovação
❖ Usar recursos da empresa	❖ Espaço e criatividade limitado
❖ Acesso direto a clientes e infraestrutura	❖ Conflitos entre departamentos e hierarquia
❖ Equipe formada	❖ Recursos financeiros restrito

Fonte: (Adap. Maier & Pop Zenovia, 2011)

Diante disso as vantagens e desvantagens de ser um empreendedor ou intraempreendedor prevalece a decisão de escolher qual é mais rentável. As características de inovação, criação, identificação de oportunidades e a exposição ao risco são compartilhadas, entre ambos. Alguns empreendedores eram intraempreendedores dentro do ambiente corporativo. O incentivo por parte da gerência da empresa é essencial para o desenvolvimento do intraempreendedor facilitando a vantagem competitiva e facilitando a produtividade, evitando assim a perda do funcionário para ambientes externos.

O intraempreendedorismo apesar de já existir a algum tempo somente a alguns anos as empresas tem fornecido espaço para esse perfil organizacional ser desenvolvido dentro das empresas. Muitas mulheres atuam como intraempreendedoras em ambientes corporativos permitindo e transformando funções que antes eram realizadas somente por homens. Contudo a exploração do tema assim como o empreendedorismo feminino ainda é pouco relacionado em publicações científicas, apresentando assim uma lacuna para futuras pesquisas e investigação sobre o tema.

3. METODOLOGIA

No presente capítulo descrevem-me os métodos e procedimentos utilizados na investigação, com foco principal na recolha e análise dos dados coletados.

3.1. Desenho da investigação

O desenho de uma qualquer investigação é um aspecto fundamental para garantir a consistência e o sucesso do trabalho de pesquisa. Assim, o pesquisador deve prestar atenção especial ao projeto de pesquisa, se certificando que os elementos necessários à obtenção de respostas válidas são consistentes entre si e servem aos propósitos da investigação (Trochim & Donnelly, 2001). Além disso, o desenho da pesquisa inclui o estabelecimento de um conjunto de diretrizes a serem seguidas pelo investigador, de acordo com o tipo de estudo a ser realizado. Diversos autores (M. Fortin et al., 2009; M.-F. Fortin et al., 2003) referem que o tipo de estudo, a definição da população e da amostra, o controle de variáveis externas, e os instrumentos de coleta e tratamento de dados são os principais elementos do desenho de qualquer pesquisa.

Trochim e Donnelly (2001) apontam que a ameaça à validade do estudo e respectivas conclusões são um dos maiores problemas que o pesquisador enfrenta ao projetar sua pesquisa. Para minimizar essa ameaça, os autores destacam a importância de um bom desenho da pesquisa e sugerem que o pesquisador concentre sua atenção em cinco seções diferentes: argumentos, medidas ou observações, desenho, análise e ações preventivas.

Para garantir um bom desenho de pesquisa, o pesquisador deve procurar em seu projeto de pesquisa alguns critérios e características indicadas na literatura como bons critérios e características geralmente utilizados em pesquisas anteriores. Entre esses critérios e características, (Trochim & Donnelly, 2001) destacam como mais importante a fundamentação teórica, as circunstâncias da investigação, a viabilidade, a redundância e a eficiência. No entanto, alertam que o pesquisador deve adaptar o que vem nos livros e nos artigos científicos à sua investigação concreta, não usando as diretrizes sugeridas como modelo padrão, mas sim como um possível guião. No presente estudo foram seguidas as indicações e sugestões destes autores tendo sido seguidas as etapas que se apresentam em síntese:

- Etapa 1 – Revisão primária da literatura para identificar os primeiros estudos relevantes para o tema da nossa pesquisa;
- Etapa 2 - Desenvolvimento da questão de pesquisa e abordagem de possíveis hipóteses:

- Revisão de literatura (2015 – 2019);
- Identificação em estudos similares:
 - Teoria e conceitos;
 - Unidade de análise;
 - Dados e amostragem;
 - ...
 - Instrumentos utilizados na recolha e análise de dados;
 - Problemas e eventuais armadilhas que podem ocorrer ao longo da pesquisa.
- Etapa 3 - Concetualização e operacionalização da pesquisa:
 - Decisão sobre quais dados coletar e onde coletá-los;
 - Como coletar e analisar os dados;
 - Plano de trabalho;
 - Desenho e teste do questionário;
 - Disposições de contingência.

3.2. Caracterização do estudo

Existem várias opções para resolver um problema científico quanto ao paradigma, metodologia e tipo de estudo a ser desenvolvido (Carmo & Ferreira, 2008; M. Fortin et al., 2009; Lakatos & de Andrade Marconi, 1991; Silva et al., 2013) e uma diversidade de definições sobre métodos e técnicas (Carmo & Ferreira, 2008), começando pela definição do que é entendido por métodos (Grawitz, 1993). Com base em (Grawitz, 1993), podemos definir "método" como uma concepção intelectual que coordena um conjunto de técnicas ou operações executadas para atingir um determinado fim. Sem entrar muito na discussão da metodologia científica, será importante fazer uma pequena sinopse dos aspectos mais importantes para a caracterização do nosso estudo.

O nosso estudo desenvolve uma estrutura conceitual sobre o impacto das condições de oportunidade que afetam a carreira profissional das mulheres e a promoção de sua capacidade empreendedora como alternativa a uma carreira profissional mais clássica nas organizações empresariais. A incursão pode ser feita por métodos quantitativos e qualitativos, tradicionalmente associados aos respectivos paradigmas quantitativos e qualitativos. Além disso, e com base nessa dicotomia, o pesquisador pode optar por uma combinação de métodos quantitativos e qualitativos.

Dadas as muitas possibilidades, optamos por um estudo exploratório e de natureza fundamentalmente correlacional, dentro da estrutura do paradigma quantitativo, com um método de coleta de dados por meio de questionário e a utilização dos métodos estatísticos associados a este tipo de estudos empíricos. A opção proposta é justificada e considerada adequada de acordo com a teoria existente e a literatura que foi objeto de revisão bibliográfica no âmbito do empreendedorismo e dos estudos de gênero.

3.3. Coleta e análise dos dados

A coleta de dados foi efetuada por questionário previamente elaborado e testado, por meio de pré-teste destinado a validar a sua adequação aos inqueridos. O questionário final resultou quer da análise de questionários encontrados na revisão da literatura científica, quer das indicações e sugestões de melhoria recolhidas na fase do pré-teste. Também foram incorporados no questionário itens referentes à motivação para empreender, barreiras, obstáculos e dificuldades assinaladas nos artigos científicos objeto da revisão literária. Para medir os traços de personalidade das inquiridas, optou-se pela escala Big Five, na versão utilizada por (Hauck Filho et al., 2012), o que permitiu reduzir o tamanho do questionário para 63 questões, as quais ficaram distribuídas pelos blocos seguintes:

- Bloco 1 – Autoavaliação sobre sentir-se empreendedora;
- Bloco 2 – Dados sociodemográficos;
- Bloco 3 – Motivações para empreender;
- Bloco 4 – Obstáculos ou dificuldades para empreender;
- Bloco 5 – Percepção sobre as características necessárias para empreender;
- Bloco 6 – Formação empreendedora;
- Bloco 7 – Traços de personalidade (Big five);
- Bloco 8 . Dados de contato e disponibilidade para entrevista.

Para a análise dos dados, considerámos os métodos estatísticos utilizados em pesquisas anteriores (Chen et al., 2005; Douglas & Fitzsimmons, 2005; Hornsby et al., 1999, 2002) e normalmente usados em estudos do tipo exploratório ou correlacional:

1. Estatística descritiva da amostra;
2. Cálculo dos coeficientes alfa de Cronbach para avaliar a confiabilidade do questionário;
3. Coeficientes de correlação de Pearson ou de Spearman para verificar a existência de correlações significativas entre itens e entre fatores;

4. Análise de Variância (ANOVA).

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo apresentam-se e discutem-se os resultados obtidos junto das mulheres inquiridas. Começando-se pela descrição da amostra. Segue-se a apresentação da fiabilidade do questionário e termina-se com a apresentação e discussão dos resultados das correlações.

4.1. Descrição da Amostra

Na tabela 8 verifica-se na resposta que solicitou a identificação da Faixa Etária que o maior valor apresentado de percentagem é de 23,21% correspondente a 31 a 35 anos. Também se verifica as idades compreendidas entre 21 e 45 anos correspondem a 75% da percentagem acumulada. No caso da nossa amostra, fica evidente que as mulheres empreendedoras são relativamente jovens, mas não totalmente jovens, e que há uma grande concentração das mulheres empreendedoras em quatro faixas etárias: 26 a 30 anos, 31 a 35 anos, 36 a 40 anos, e 41 a 45 anos.

Tabela 8 Faixa Etária.

Faixa etária	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
21 a 25 anos	6	10,71	10,71	10,71
26 a 30 anos	7	12,50	12,50	23,21
31 a 35 anos	13	23,21	23,21	46,43
36 a 40 anos	9	16,07	16,07	62,50
41 a 45 anos	7	12,50	12,50	75,00
46 a 50 anos	6	10,71	10,71	85,71
51 a 55 anos	5	8,93	8,93	94,64
mais de 55 anos	2	3,57	3,57	98,21
menos 20 anos	1	1,79	1,79	100,00
Total	56	100,0	100,0	

Na tabela 9, nacionalidade das inquiridas, percebe-se que praticamente a maior parte das inquiridas são de nacionalidade Brasileira ou Dupla Nacionalidade (Brasileira e Portuguesa) ou somente Portuguesa, correspondendo ao um total 80% das empreendedoras respondentes.

Tabela 9 Nacionalidade.

Nacionalidade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Angolana	1	1,79	1,79	1,79
Brasileira	41	73,21	73,21	75,00
Cabo Verdiana e Portuguesa	1	1,79	1,79	76,79

Nacionalidade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Dupla nacionalidade (Brasileira e Portugues	6	10,71	10,71	87,50
Portuguesa	7	12,50	12,50	100,00
Total	56	100,0	100,0	

Nas tabelas 10 e 11, verificamos que as empreendedoras casadas (ou em união estável) e com filhos tem maior relevância e presença do que as em outra situação. Tal fato parece indicar a existência de uma vida por um lado estável, que permite empreender, mas por outro um maior esforço para conciliar a atividade empreendedora com as tarefas de esposa e mãe.

Tabela 10 Estado Civil.

Estado Civil	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Casada	25	44,64	44,64	44,64
Divorciada	3	5,36	5,36	50,00
Separada	1	1,79	1,79	51,79
Solteira	17	30,36	30,36	82,14
União Estável	7	12,50	12,50	94,64
Viúva	3	5,36	5,36	100,00
Total	56	100,0	100,0	

Tabela 11 Filhos.

Número de filhos	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
1 a 2	27	48,21	48,21	48,21
3 a 4	6	10,71	10,71	58,93
Sem filhos	21	37,50	37,50	96,43
mais de 4	2	3,57	3,57	100,00
Total	56	100,0	100,0	

Nas tabelas 12 e 13 apresentam-se os dados referentes às habilitações literárias e a situação profissional antes do empreendedorismo. No caso das habilitações literárias verifica-se que as habilitações com maiores frequências são, em primeiro lugar a licenciatura/graduação, e em segundo lugar o ensino técnico. Estes resultados são concordantes com a nova realidade da mulher, mais instruída e com mais formação acadêmica, longe do estigma enfrentado pelas mulheres de épocas anteriores, em que não podiam nem deviam estudar, tendo apenas como grandes objetivos da vida, casar e ter filhos.

Quanto à situação profissional antes do empreendedorismo, regista-se que quase 77% das inquiridas eram trabalhadoras por conta de outrem e que a segunda situação mais frequente era a de estudante (14,29%). Assim, os dados revelam que a grande maioria das inquiridas optou pelo empreendedorismo, eventualmente por insatisfação com o seu trabalho por conta de

outrem ou com a área de atuação. Por outro lado, a porcentagem encontrada para a situação anterior de «estudante» pode ser interpretada como uma mudança de paradigma na sociedade e no ensino, a qual leva a número crescente de estudantes a optarem pelo empreendedorismo em vez do trabalho por conta de outrem.

Tabela 12 Habilitações Lirerárias.

Habilitações	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
10º ao 12º ano	8	14,29	14,29	14,29
5º ao 9º ano	5	8,93	8,93	23,21
Doutoramento	1	1,79	1,79	25,00
Licenciatura / Graduação	31	55,36	55,36	80,36
Mestrado	2	3,57	3,57	83,93
Técnico	9	16,08	16,08	100,00
Total	56	100,0	100,0	

Tabela 13 Situação Profissional (antes do empreendedorismo).

Situação profissional anterior	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Advogada porém insatisfeita com a área de atuação	1	1,79	1,79	1,79
Desempregado	3	5,36	5,36	7,14
Estudante	8	14,29	14,29	21,43
Professora	1	1,79	1,79	23,21
Trabalhador por conta de outrem	43	76,79	76,79	100,00
Total	56	100,0	100,0	

Na tabela 14 apresentam-se os tipos de atividade empreendedora relatados pelas inquiridas. A dispersão e natureza de atividades é concordante com o que foi identificado na revisão da literatura, ou seja, que o maior número de empreendedoras femininas são as microempresárias, tendo uma grande diversificação pelos distintos segmentos empresariais.

Tabela 14 Atividade empreendedora.

Atividade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Advocacia	3	5,37	5,37	5,37
Alimentação	1	1,79	1,79	7,16
Alimentação (Restaurante e Panificação)	1	1,79	1,79	8,95
Apoio geriátrico ao domicílio	1	1,79	1,79	10,74
Auxiliar administrativo	1	1,79	1,79	12,53
Beleza/ Estética	8	14,3	14,3	26,83
Calçados franquia	1	1,79	1,79	28,62
Comunicação	1	1,79	1,79	30,41
Comércio alimentício	1	1,79	1,79	32,20
Confeções de bolo	1	1,79	1,79	33,99
Confeitaria	1	1,79	1,79	35,78
Consultoria de Beleza	2	3,57	3,57	39,36

Atividade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
Cursos de capacitação	1	1,79	1,79	41,15
Diretora adm Financeira/ Adm. de Condomínios	1	1,79	1,79	42,94
Diretora de uma escola Infantil	1	1,79	1,79	44,73
Doces	1	1,79	1,79	46,52
Fabricação e comercialização de produtos para alérgicos	1	1,79	1,79	48,31
Formação	1	1,79	1,79	50,10
Fotografias	1	1,79	1,79	51,89
Igreja	1	1,79	1,79	53,68
Imobiliária	2	3,57	3,57	57,26
Informática	1	1,79	1,79	59,05
Jurídico	1	1,79	1,79	60,84
Prestação de Serviços	1	1,79	1,79	62,63
Loja de roupas e acessórios femininos	1	1,79	1,79	64,42
Maquiagem	1	1,79	1,79	66,21
Marketing Digital	1	1,79	1,79	68,00
Marketing e Desenvolvimento do Empreendedorismo Feminino através da Mentoria	1	1,79	1,79	69,79
Marketing e Eventos	1	1,79	1,79	71,58
Moda e Consultoria de Imagem	1	1,79	1,79	73,37
Prestadora de serviços	1	1,79	1,79	75,16
Recursos humanos	1	1,79	1,79	76,95
Restaurante	2	3,57	3,57	80,52
Saúde	1	1,79	1,79	82,31
Segmento Noiva e Festa	1	1,79	1,79	84,10
Turismo	1	1,79	1,79	85,89
Vendas	1	1,79	1,79	87,68
Vendas diretas/cosméticos	1	1,79	1,79	89,47
Vendas moda feminina	3	5,37	5,37	94,84
Educação e desenvolvimento humano	1	1,79	1,79	96,63
moda praia	2	3,57	3,57	100,00
Total	56	100,0	100,0	

Na tabela 15 apresentam-se os tempos que as inquiridas relataram serem empreendedoras. Registra-se que apenas 33,93% delas têm o seu empreendimento à menos de 3 anos. Assim, na nossa amostra, 66,07% exercem atividade à mais de 3 anos, tendo superado os 3 anos de elevada mortalidade dos projetos empreendedores, conforme o que consta na literatura sobre empreendedorismo.

Tabela 15 Tempo de Empreendedor.

Tempo empreendedor	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
1 a 3 anos	12	21,43	21,43	21,43
4 a 6 anos	11	19,64	19,64	41,07
Menos de 1 ano	7	12,50	12,50	53,57
mais 6 anos	26	46,43	46,43	100,00
Total	56	100,0	100,0	

O número de colaboradores indicado pelas inquiridas (tabela 16) é concordante com o tecido empresarial português, constituído em cerca de 97% por microempresas e pequenas empresas e é coerente quer com o tempo de empreendimento constante na tabela 15, quer com os tipos de atividade empresarial apresentados na tabela 14. Os dados sugerem um reforço da existência de mais pequenas empresas gerenciadas por mulheres, estando em linha com o que está na literatura.

Tabela 16 Quantidade de Colaboradores na Empresa.

Colaboradores	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem Cumulativa
10 a 50	5	8,93	8,93	8,93
51 a 250	2	3,57	3,57	12,50
Mais de 250	1	1,79	1,79	14,29
Menos 10	48	85,71	85,71	100,00
Total	56	100,0	100,0	

A análise dos dados por meio de tabelas cruzadas é apresentada nas Tabelas 17 a 21. Considerando esses dados fica claro a influência das mulheres de nacionalidade Brasileira nos resultados, o seu impacto na faixa etária, no estado civil, no número de filhos, nas habilitações literárias e na situação profissional antes da atividade empreendedora. Sendo talvez mais importante para a discussão dos dados o cruzamento da nacionalidade com a situação de emprego anterior. O fato da maioria das inquiridas ser emigrante de países da lusofonia influencia a variável situação profissional, uma vez que serão raros os emigrantes que começam a sua vida laboral noutro país como empresários. Também é de mencionar o elevado nível de qualificações académicas das inquiridas de nacionalidade brasileira, o que revela uma mudança no tipo de migração oriunda do Brasil, mais qualificada e talvez mais atenta às oportunidades que surgem no mercado português.

Tabela 17 Faixa Etária* versus Nacionalidade (count, total %).

Faixa Etária	Nacionalidade					Total
	Angolana	Brasileira	Cabo Verdiana e Portuguesa	Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)	Portuguesa	
21 a 25 anos	,00	5,00	,00	,00	1,00	6,00
	,00%	8,93%	,00%	,00%	1,79%	10,71%
26 a 30 anos	,00	6,00	,00	,00	1,00	7,00
	,00%	10,71%	,00%	,00%	1,79%	12,50%
31 a 35 anos	,00	10,00	,00	2,00	1,00	13,00
	,00%	17,86%	,00%	3,57%	1,79%	23,21%
36 a 40 anos	,00	8,00	,00	1,00	,00	9,00

Faixa Etária	Nacionalidade					Total
	Angolana	Brasileira	Cabo Verdiana e Portuguesa	Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)	Portuguesa	
	,00%	14,29%	,00%	1,79%	,00%	16,07%
41 a 45 anos	,00	5,00	,00	,00	2,00	7,00
	,00%	8,93%	,00%	,00%	3,57%	12,50%
46 a 50 anos	,00	3,00	1,00	,00	2,00	6,00
	,00%	5,36%	1,79%	,00%	3,57%	10,71%
51 a 55 anos	1,00	2,00	,00	2,00	,00	5,00
	1,79%	3,57%	,00%	3,57%	,00%	8,93%
mais de 55 anos	,00	1,00	,00	1,00	,00	2,00
	,00%	1,79%	,00%	1,79%	,00%	3,57%
menos 20 anos	,00	1,00	,00	,00	,00	1,00
	,00%	1,79%	,00%	,00%	,00%	1,79%
Total	1,00	41,00	1,00	6,00	7,00	56,00

Tabela 18 Estado Civil* versus Nacionalidade (count, total %).

Estado Civil	Nacionalidade					Total
	Angolana	Brasileira	Cabo Verdiana e Portuguesa	Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)	Portuguesa	
Casada	,00	18,00	,00	3,00	4,00	25,00
	,00%	32,14%	,00%	5,36%	7,14%	44,64%
Divorciada	,00	3,00	,00	,00	,00	3,00
	,00%	5,36%	,00%	,00%	,00%	5,36%
Separada	,00	,00	,00	,00	1,00	1,00
	,00%	,00%	,00%	,00%	1,79%	1,79%
Solteira	1,00	14,00	,00	,00	2,00	17,00
	1,79%	25,00%	,00%	,00%	3,57%	30,36%
União Estável	,00	6,00	1,00	,00	,00	7,00
	,00%	10,71%	1,79%	,00%	,00%	12,50%
Viúva	,00	,00	,00	3,00	,00	3,00
	,00%	,00%	,00%	5,36%	,00%	5,36%
Total	1,00	41,00	1,00	6,00	7,00	56,00
	1,79%	73,21%	1,79%	10,71%	12,50%	100,00%

Tabela 19 Filhos* versus Nacionalidade (count, total %).

Filhos	Nacionalidade					Total
	Angolana	Brasileira	Cabo Verdiana e Portuguesa	Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)	Portuguesa	
1 a 2	,00	20,00	,00	2,00	5,00	27,00
	,00%	35,71%	,00%	3,57%	8,93%	48,21%
3 a 4	,00	3,00	,00	3,00	,00	6,00
	,00%	5,36%	,00%	5,36%	,00%	10,71%
Sem filhos	,00	18,00	,00	1,00	2,00	21,00
	,00%	32,14%	,00%	1,79%	3,57%	37,50%
mais de 4	1,00	,00	1,00	,00	,00	2,00
	1,79%	,00%	1,79%	,00%	,00%	3,57%

Filhos	Nacionalidade					Total
	Angolana	Brasileira	Cabo Verdiana e Portuguesa	Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)	Portuguesa	
Total	1,00	41,00	1,00	6,00	7,00	56,00
	1,79%	73,21%	1,79%	10,71%	12,50%	100,00%

Tabela 20 Habilitações Literárias* versus Nacionalidade (count, total %).

Habilitações Literárias	Nacionalidade					Total
	Angolana	Brasileira	Cabo Verdiana e Portuguesa	Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)	Portuguesa	
10º ao 12º ano	,00	5,00	,00	1,00	2,00	8,00
	,00%	8,93%	,00%	1,79%	3,57%	14,29%
5º ao 9º ano	,00	3,00	,00	1,00	1,00	5,00
	,00%	5,36%	,00%	1,79%	1,79%	8,93%
Doutoramento	,00	1,00	,00	,00	,00	1,00
	,00%	1,79%	,00%	,00%	,00%	1,79%
Licenciatura/Graduação	,00	27,00	,00	,00	4,00	31,00
	,00%	48,21%	,00%	,00%	7,14%	55,36%
Mestrado	,00	,00	,00	2,00	,00	2,00
	,00%	,00%	,00%	3,57%	,00%	3,57%
Técnico	1,00	5,00	1,00	2,00	,00	9,00
	1,79%	8,93%	1,79%	3,57%	,00%	16,08%
Total	1,00	41,00	1,00	6,00	7,00	56,00
	1,79%	73,21%	1,79%	10,71%	12,50%	100,00%

Tabela 21 Situação Profissional* "antes do empreendedorismo" versus Nacionalidade (count, total %).

Situação Profissional	Nacionalidade					Total
	Angolana	Brasileira	Cabo Verdiana e Portuguesa	Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)	Portuguesa	
Trabalhador por conta própria	,00	1,00	,00	,00	,00	1,00
	,00%	1,79%	,00%	,00%	,00%	1,79%
Desempregado	,00	3,00	,00	,00	,00	3,00
	,00%	5,36%	,00%	,00%	,00%	5,36%
Estudante	,00	5,00	,00	2,00	1,00	8,00
	,00%	8,93%	,00%	3,57%	1,79%	14,29%
Professora	,00	1,00	,00	,00	,00	1,00
	,00%	1,79%	,00%	,00%	,00%	1,79%
Trabalhador por conta de outrem	1,00	31,00	1,00	4,00	6,00	43,00
	1,79%	55,36%	1,79%	7,14%	10,71%	76,79%
Total	1,00	41,00	1,00	6,00	7,00	56,00
	1,79%	73,21%	1,79%	10,71%	12,50%	100,00%

4.2 Confiabilidade do Questionário

A confiabilidade da escala Big Five na versão portuguesa (Hauck Filho *et al.*, 2012) é inferior à expetável conforme se verifica nos resultados apresentados nas tabelas 22 e 23, com um Alfa de Cronbach abaixo do valor recomendado para este tipo de estudos (0,80) e verifica-se que a exclusão de qualquer um dos itens não aumenta o alfa de Cronbach. No entanto confiabilidades abaixo de 0,8 podem ser aceites, desde que superiores a 0,5 (Maroco & Garcia-Marques, 2006), razão de considerarmos aceitável o valor de 0,71.

Tabela 22 Análise de confiabilidade.

Alfa de Cronbach's	Nº de Itens
,71	25

Tabela 23 Item / Estatísticas Total.

Item	Escala média/Item for excluído	Varição de escala/Item for excluído	Correlação total de itens corrigidos	Alfa de Cronbach's/Item for excluído
Comunicativa	85,05	82,42	,16	,71
Quieta	87,48	84,15	-,02	,73
Timida	87,59	79,37	,20	,71
Desembaracada	85,61	82,68	,04	,72
Inibida	87,29	82,21	,04	,73
Ámavel	85,30	76,03	,61	,68
Gentil	85,25	76,85	,54	,69
Simpática	84,95	80,92	,37	,70
Bondosa	85,21	76,32	,60	,68
Compreensiva	85,41	78,43	,35	,70
Dedicada	85,00	80,44	,41	,70
Esforçada	84,84	83,26	,20	,71
Responsavel	84,82	83,49	,20	,71
Organizada	85,48	85,71	-,09	,73
Cuidadosa	85,20	80,27	,33	,70
Pessimista	87,46	73,78	,41	,69
Deprimida	87,80	74,89	,47	,69
Insegura	87,46	76,29	,39	,69
Ansiosa	86,37	79,29	,17	,71
Aborrecida	87,46	81,16	,10	,72
Criativa	85,46	76,47	,41	,69
Artística	86,05	73,40	,51	,68
Filosófica	86,61	77,22	,29	,70
Aventureira	86,04	76,29	,31	,70
Audaciosa	85,79	83,12	,03	,72

4.3 Correlações

Para a análise das correlações entre as variáveis que recolheram o sentimento das inquiridas sobre serem empreendedoras ou intraempreendedoras e os traços de personalidade do Big Five,

utilizámos o coeficiente de correlação rho de Spearman e o coeficiente Tau de Kendall. O coeficiente rho de Spearman é uma medida de não paramétrica equivalente ao coeficiente de correlação de Pearson, que avalia relações monótonas, sejam elas lineares ou não. O coeficiente Tau de Kendall serve para medir a correlação de postos, ou seja, verificar a semelhança entre as ordens dos dados nas diversas variáveis.

Na tabela 24 apresentam-se as correlações rho de Spearman para o sentimento empreendedor e na mesma estão assinaladas a negrito as correlações significativas. Encontraram-se três correlações significativas entre o sentimento empreendedor e os traços de personalidade do Big five, duas correlações fracas do sentimento com a socialização (0,470) e com a conscienciosidade (0,320) e uma correlação considerável como desprezível com a abertura (0,292).

Tabela 24 - Correlações rho de Spearman entre empreendedorismo e Big five

Spearman		Empreendedora	Extroversão	Socialização	Conscienciosidade	Neuroticismo	Abertura
Empreendedora	Spearman's rho	—					
	p-value						
Extroversão	Spearman's rho	-0.085	—				
	p-value	0.733	—				
Socialização	Spearman's rho	0.470***	0.218	—			
	p-value	< .001	0.054	—			
Conscienciosidade	Spearman's rho	0.320**	-0.046	0.381**	—		
	p-value	0.008	0.633	0.002	—		
Neuroticismo	Spearman's	0.102	0.176	0.228*	-0.087	—	
	p-value	0.226	0.097	0.046	0.737	—	
Abertura	Spearman's	0.292*	-0.031	0.439***	0.174	0.078	—
	p-value	0.014	0.591	< .001	0.100	0.283	—
<i>Note . all tests one-tailed, for positive correlation</i> * p < .05, ** p < .01, *** p < .001, one-tailed							

Na tabela 25 apresentação as correlações achadas para as mesmas variáveis utilizando o tau de Kendall. Encontraram-se três correlações significativas entre o sentimento empreendedor e os traços de personalidade do Big five, uma correlação fraca do sentimento com a socialização

(0,397) e duas correlações consideráveis como desprezíveis, com a conscienciosidade (0,272) e uma correlação com a abertura (0,244).

Tabela 24 Correlações Tau de Kendall

Kendall's Tau Correlations		Empreendedora	Extroversao	Socialização	Conscienciosidade	Neuroticismo	Abertura
Empreendedora	Kendall's tau B	—					
	p-value	—					
Extroversão	Kendall's tau B	-0.065	—				
	p-value	0.719	—				
Socialização	Kendall's tau B	0.397***	0.163	—			
	p-value	< .001	0.054	—			
Conscienciosidade	Kendall's tau B	0.272**	-0.034	0.294**	—		
	p-value	0.009	0.628	0.002	—		
Neuroticismo	Kendall's tau B	0.086	0.139	0.171*	-0.054	—	
	p-value	0.218	0.080	0.044	0.704	—	
Abertura	Kendall's tau B	0.244*	-0.023	0.332***	0.137	0.059	—
	p-value	0.014	0.591	< .001	0.088	0.272	—
<i>Note . all tests one-tailed, for positive correlation</i> * p < .05, ** p < .01, *** p < .001, one-tailed							

Na tabela 26 apresentam-se as correlações de Spearman e de Kendall para o caso do sentimento intraempreendedor. Neste caso, só foi encontrada uma correlação considerada como não desprezível - igual ou superior a 0,3 – no coeficiente de correlação de Spearman no traço socialização.

Tabela 25 Correlações de Spearman e de Kendall entre Intraempreendedorismo e Big five

		Intraempreendedora	Extroversão	Socialização	Conscienciosidade	Neuroticismo	Abertura
Intraempreendedora	Spearman's rho	—					
	p-value	—					
	Kendall's tau B	—					
	p-value	—					
Extroversão	Spearman's rho	-0.223	—				
	p-value	0.951	—				
	Kendall's tau B	-0.187	—				
	p-value	0.959	—				
Socialização	Spearman's rho	0.346**	0.218	—			
	p-value	0.004	0.054	—			
	Kendall's tau B	0.283**	0.163	—			
	p-value	0.005	0.054	—			
Conscienciosidade	Spearman's rho	0.145	-0.046	0.381**	—		
	p-value	0.144	0.633	0.002	—		
	Kendall's tau B	0.123	-0.034	0.294**	—		
	p-value	0.132	0.628	0.002	—		
Neuroticismo	Spearman's rho	-0.019	0.176	0.228*	-0.087	—	
	p-value	0.555	0.097	0.046	0.737	—	
	Kendall's tau B	-0.023	0.139	0.171*	-0.054	—	
	p-value	0.585	0.080	0.044	0.704	—	
Abertura	Spearman's rho	0.222*	-0.031	0.439***	0.174	0.078	—
	p-value	0.050	0.591	< .001	0.100	0.283	—
	Kendall's tau B	0.177*	-0.023	0.332***	0.137	0.059	—
	p-value	0.047	0.591	< .001	0.088	0.272	—
<i>Note</i> . all tests one-tailed, for positive correlation * p < .05, ** p < .01, *** p < .001, one-tailed							

Da análise das correlações pelos coeficientes de Spearman e de Kendall, tanto para o caso do sentimento empreendedor como do sentimento intraempreendedor, vemos que os coeficientes de Spearman são superiores aos coeficientes de Kendall, o que sugere a existência de uma correlação não linear entre as correlações significativas encontradas.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho pretendeu entender e investigar o impacto e a proporção do empreendedorismo em Portugal, permitindo conclusões de natureza teórica empírica e prática. Na revisão da literatura percebeu-se que o tema é bastante atual, apesar de ser pouco explorado diante do enorme público e potencial, tendo extensas oportunidades de progressão de estudo e pensamentos. O empreendedorismo feminino tem grande impacto na sociedade e na vida das empreendedoras. Como foi mostrado na apresentação de resultados, a maioria das respondentes tem filhos e era trabalhadora por contra de outrem. A análise dos dados sugere que muitas empreendedoras buscam a conciliação entre as atividades familiares e as atividades profissionais.

Verificou que os países mais produtivos na publicação do tema *Empreendedorismo Feminino* são os Estados Unidos e o Reino Unido, os quais têm influenciado o desenvolvimento da teoria sobre esta temática, como evidenciado no gráfico 13 na página 63 que tem por evidências bibliométria da base de dados estatísticos Scopus, sendo que os dois países lusófonos Brasil e Portugal tem um grau baixo de publicações, na mesma ordem o primeiro tem 42 e o segundo 60. Contudo, é perceptível que o empreendedorismo feminino tem avançado em Portugal, porém, na prática o campo de investigação atualmente no país é baixo.

Portugal é considerado como um dos melhores países para começar projetos empreendedores, podemos salientar a importância do evento internacional Web Summit, o qual reúne anualmente milhares de empresas voltadas para a indústria tecnológica, base essa fundamental para o desenvolvimento empreendedor. No país o nível de escolaridade entre as mulheres é maior que o gênero masculino, isso mostra que as mulheres estão buscando o crescimento educacional, para efeitos profissionais e no caso das mulheres empreendedoras para melhor desenvolver o seu negócio.

Verificou-se também na parte empírica que as barreiras implantadas para a progressão na carreira da mulher ainda é um tema real e visto nos ambientes corporativos, de modo que o teto de vidro e a disparidade salarial são temas que atualmente tem impedido ascensão na carreira de topo feminina, ainda que existam leis e conscientização as mulheres se veem estagnadas em níveis hierárquicos.

Relativamente a segmento de atividade empresarial observou-se que diversas são as áreas de negócios, isso mostra que a inovação tem prevalecido como principal fator de sucesso e crescimento. Outra questão apresentada em pesquisas realizadas pela OCDE, é que o medo e o

fracasso são fatores relevantes ao criar um negócio e que o apoio governamental é de extrema importância para o empreendedorismo. O intraempreendedorismo feminino é um tema bastante recente na literatura e no ambiente corporativo, relativamente às investigações científicas o número de publicações são limitadas. No dia-a-dia prático, a sua introdução dentro das empresas ainda produz insegurança.

Os resultados do nosso estudo empírico, de natureza exploratória, sugerem que as mulheres empreendedoras iniciam a sua atividade empreendedora em idade relativamente jovem, com uma vida familiar estabilizada (com marido ou companheiro e filhos) e com formação acadêmica ou técnica que poderá contribuir para o seu sucesso como empreendedoras. O elevado número de mulheres empreendedoras cuja situação profissional anterior era «trabalhadoras por conta de outrem», sugere que as carreiras profissionais das mesmas não as satisfaziam, as levando a optar pela via do empreendedorismo. Os dados obtidos também sugerem que estas empreendedoras começam por projetos pequenos onde vislumbram uma oportunidade de negócio, eventualmente num nicho de mercado, já que esses negócios, apesar de passarem a barreira de 3 anos, em que há grande taxa de mortalidade dos projetos e das empresas que são criadas embasadas nesses projetos, não conseguem obter maior crescimento nem passar a barreira do número de trabalhadores que classificam uma empresa como microempresa. Tal fato leva a considerar sobre o que será necessário fazer para que mais microempresárias passem da fase da microempresa para, pelo menos, a fase da pequena empresa.

Por outro lado, os dados recolhidos levanta a questão de saber a razão das mulheres imigrantes de nacionalidade brasileira, evoluírem da situação de empregadas por conta de outrem para a situação de empreendedoras. O que as motiva? Ambição? Necessidade? A conjugação da ambição com a necessidade? São questões a esclarecer, bem como outras que ficam por responder, como é o caso de saber se mulheres migrantes ao observarem a realidade de um país desconhecido, ao conhecer o mesmo e a sua cultura, conseguem identificar oportunidades que os nacionais desse país não conseguem vislumbrar. Poderá a cultura do país de origem influenciar a percepção de oportunidades de negócio num país estrangeiro? Nas presentes conclusões surgem mais interrogações do que respostas. Evidência disso são as baixas correlações de Spearman e de Kendall encontradas entre o sentimento que as inquiridas têm sobre serem empreendedoras e os cinco grandes traços da personalidade (*Big five*). De acordo com a literatura revista (entre outros, Besutti & Angonese, 2018; Rizzato & Moran, 2013; Zhao & Seibert, 2006) seria de esperar a existência de correlações fortes com os traços de personalidade «abertura à experiência», «conscienciosidade» e «extroversão», os quais têm

sido traços apontados em estudos anteriores como características do perfil empreendedor.

Assim, os resultados obtidos não são conclusivos em relação ao que esperávamos, mesmo tendo encontrado algumas correlações significativas quer através do rho de Spearman e do tau de Kendall, no entanto são correlações baixas entre três fatores do Big Five e o nível de empreendedorismo, tendo a socialização apresentando maior valor e a abertura o menor valor.

5.1. Implicações para a prática

Apesar dos resultados do estudo empírico não serem conclusivos, os dados obtidos, quando associados às evidências encontradas na revisão da literatura, permitem apresentar as seguintes implicações:

- Uma gestão de recursos humanos deficiente, sem a existência de um plano de carreira atrativo e aliciente para as mulheres, pode levar as empresas a perda de quadros qualificados, os quais sentem necessidade de crescimento profissional e irão buscar esse crescimento em outras empresas, mas provavelmente também por meio de projetos empreendedores;
- As empresas que pretendam reter talentos e trabalhadores altamente competentes deverão ter uma gestão de recursos humanos justa, sem discriminação de gênero e embasada na criação de oportunidades, incentivando os colaboradores a correrem riscos calculados sem medo de retaliação ou punição por algo dar errado ou ter os resultados esperados;
- Necessidade de políticas públicas que permitam que as empreendedoras microempresárias consigam no mínimo uma situação de crescimento das suas empresas para a classificação de pequenas empresas. Entre essas políticas públicas sugerimos políticas de financiamento ao crescimento, na forma de empréstimos a baixo juro ou a fundo perdido, o incentivo à cooperação entre empresas, ou à fusão, combatendo a excessiva fragmentação dos setores da atividade em um número elevado, talvez excessivo, de microempresas.

5.2. Limitações

Uma dissertação de mestrado tem por principal objetivo apresentar os resultados da revisão da literatura e dissertar sobre o tema estudado. Nesse aspeto acreditamos que o objetivo foi

conseguido e a principal limitação a assinalar é a impossibilidade de ler toda a literatura existente. No entanto, mesmo isso não sendo possível, buscou-se efetuar uma revisão sem viés, justa e equilibrada. Também há que referir, quanto à literatura disponível, o que foi observado é que a maioria dos artigos científicos são de origem estrangeira e a abordagem é feita de forma global no tema. No caso da presente pesquisa empírica há algumas limitações que foram encontradas e que devem ser reportadas, entre elas, não ter conseguido todos os objetivos planeados no projeto. Uma das razões reside no fato de apenas se ter conseguido uma amostra de 56 respondentes. Acreditamos que diante deste número de respostas o mesmo teve reflexo na fiabilidade do questionário e nas próprias correlações encontradas. Para podermos ter resultados representativos do universo das mulheres empreendedoras e intraempreendedoras da área metropolitana de Lisboa, no mínimo e segundo as regras da estatística, deveríamos ter conseguido um mínimo de 380 respostas para nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, o que não foi de modo nenhum conseguido, apesar das tentativas de obter mais respostas.

5.3. Futuras linhas de pesquisa

A pesquisa efetuada permite equacionar as seguintes linhas futuras de pesquisa:

- Desde logo, repetir esta pesquisa com o objetivo de obter um número de respostas não inferiores a 380 e em que o número de respondentes por nacionalidade seja mais equilibrado, de modo a que seja possível, por exemplo, comparações entre nacionalidades e verificar a eventual influência da cultura nacional na percepção das oportunidades de negócio;
- Desenhar uma pesquisa que permita saber a razão das mulheres imigrantes de nacionalidade brasileira, evoluírem da situação de empregadas por conta de outrem para a situação de empreendedoras;
- No mesmo sentido da linha de pesquisa anterior replicar esse estudo para as mulheres brasileiras residentes em outros países;
- Por fim, mas não menos importante, desenhar uma pesquisa para verificar se com as mulheres portuguesas residentes em outros países, ocorrerá um fenómeno idêntico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acker, J. (2009). From Glass Ceiling to Inequality Regimes. *Sociologie Du Travail*, 51(Vol. 51-nº 2), 199–217. <https://doi.org/10.4000/sdt.16407>
- Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M., & Minniti, M. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor* (2004 Executive Report, p. 52). London Business School.
- Adams, R. B., & Funk, P. (2012). Beyond the Glass Ceiling: Does Gender Matter? *Management science*, 58(2), 219–235.
- Aernoudt, R. (2004). Incubators: Tool for Entrepreneurship? *Small Business Economics*, 23(2), 127–135. <https://doi.org/10.1023/B:SBEJ.0000027665.54173.23>
- Albrecht, J., Björklund, A., & Vroman, S. (2003). Is There a Glass Ceiling in Sweden? *Journal of Labor Economics*, 21(1), 145–177. <https://doi.org/10.1086/344126>
- Alexander, S. (1984). Women, Class and Sexual Differences in the 1830s and 1840s: Some Reflections on the Writing of a Feminist History. *History Workshop Journal*, 17(1), 125–149. <https://doi.org/10.1093/hwj/17.1.125>
- Allen, D. N., & Rahman, S. (1985). Small Business Incubators: A Positive Environment for Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 23(3), 12–22.
- Almobaireek, W. N., & Manolova, T. S. (2013). Entrepreneurial Motivations Among Female University Youth in Saudi Arabia. *Journal of Business Economics and Management*, 14(sup1), S56–S75. <https://doi.org/10.3846/16111699.2012.711364>
- Álvarez, J. S., & Pedrosa, I. (2016). *Evaluación de la personalidad emprendedora: Situación actual y líneas de futuro*. 37(1)(Sección Monográfica. Departamento de Psicología. Universidade de Oviedo), 7.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105–123. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00068-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4)

- Arulampalam, W., Booth, A. L., & Bryan, M. L. (2007). Is There a Glass Ceiling Over Europe? Exploring the Gender Pay Gap Across the Wage Distribution. *ILR Review*, 60(2), 163–186. <https://doi.org/10.1177/001979390706000201>
- Ascher, J. (2012a). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8(4), 97–114.
- Ascher, J. (2012b). Female Entrepreneurship – An Appropriate Response to Gender Discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 8(4), 97–114. <https://doi.org/10.7341/2012847>
- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2003, Agosto 19). *Entrepreneurship, Industry, Evolution and Economic Growth* [Book-part]. Austrian Economics and Entrepreneurial Studies. [https://doi.org/10.1016/S1529-2134\(03\)06003-4](https://doi.org/10.1016/S1529-2134(03)06003-4)
- Baptista, R., Escária, V., & Madruga, P. (2008). Entrepreneurship, Regional Development and Job Creation: The Case of Portugal. *Small Business Economics*, 30(1), 49–58. <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9055-0>
- Barbosa, F. C., de Carvalho, C. F., Simões, Géssica Maria de Matos, & Teixeira, Rivanda Meira. (2011). Empreendedorismo Feminino e Estilo de Gestão Feminina: Estudo de Casos Múltiplos com Empreendedoras na Cidade de Aracaju – Sergipe. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 5(2), 18.
- Barlach, L. (2014). Comportamento Empreendedor: Um Estudo Empírico Baseado no Referencial de McClelland. *Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe)* | ISSN-e: 2237-1427, 4(3). <https://doi.org/10.20503/recape.v4i3.21837>
- Baruah, B., & Ward, A. (2015). Metamorphosis of intrapreneurship as an effective organizational strategy. *International Entrepreneurship & Management Journal*, 11(4), 811.

- Baughn, C., Chua, B.-L., & Neupert, K. (2006). The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship: A Multicountry Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 687–708. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00142.x>
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *The American Economic Review*, 58(2), 64–71.
- Belcourt, D. M. (1988). The Family Incubator Model of Female Entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 5(3), 34–44. <https://doi.org/10.1080/08276331.1988.10600299>
- Beltrame, G. R., & Donelli, T. M. S. (2012). Maternidade e Carreira: Desafios Frente à Conciliação de Papéis. *Aletheia*, 38–39, 206–217.
- Bernardino, S., Santos, J., & Cardoso, C. (2018). Empreender no Feminino em Portugal: Motivações e Obstáculos. *European Journal of Applied Business Management*, 4, 101–117.
- Bertrand, M., Black, S. E., Jensen, S., & Lleras-Muney, A. (2019). Breaking the Glass Ceiling? The Effect of Board Quotas on Female Labour Market Outcomes in Norway. *The Review of Economic Studies*, 86(1), 191–239. <https://doi.org/10.1093/restud/rdy032>
- Besutti, J., & Angonese, R. (2018). TRAÇOS DE PERSONALIDADE E INTENÇÃO EMPREENDEDORA. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 10(3), 98–123. <https://doi.org/10.19177/reen.v10e3201798-123>
- Birley, S. (1988). Female Entrepreneurs: Are They Really Any Different? *Journal of Small Business Management*, 27(1), 32.
- Bjerk, D. (2008). Glass Ceilings or Sticky Floors? Statistical Discrimination in a Dynamic Model of Hiring and Promotion. *The Economic Journal*, 118(530), 961–982. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2008.02157.x>

- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (1998). What Makes an Entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26–60. <https://doi.org/10.1086/209881>
- Blau, F. D., & Kahn, L. M. (2007). The Gender Pay Gap. *Academy of Management Perspectives*, 21(1), 7–23. <https://doi.org/10.5465/amp.2007.24286161>
- Borges, A. F., Brito, M. J. D., Lima, J. B. D., & Castro, C. L. D. C. (2016). Empreendedorismo em Empresas Familiares: A Pesquisa Atual e os Desafios Futuros. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(2), 93–121. <https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n2p93-121>
- Bosma, N., Content, J., Sanders, M., & Stam, E. (2018). Institutions, Entrepreneurship, and Economic Growth in Europe. *Small Business Economics*, 51(2), 483–499. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0012-x>
- Boszczowski, A. K., & Teixeira, R. M. (2012). O Empreendedorismo Sustentável e o Processo Empreendedor: Em Busca de Oportunidades de Novos Negócios como Solução para Problemas Sociais e Ambientais DOI – 10.5752/P.1984-6606.2012v12n29p109. *Revista Economia & Gestão*, 12(29), 141–168. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2012v12n29p109>
- Braga, J. C., Proença, T., & Ferreira, M. R. (2014). Motivations for Social Entrepreneurship – Evidences from Portugal. *Tékhne*, 12, 11–21. <https://doi.org/10.1016/j.tekhne.2015.01.002>
- Brandstätter, H. (1997). Becoming an Entrepreneur—A Question of Personality Structure? *Journal of Economic Psychology*, 18(2), 157–177. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(97\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00003-2)
- Brás, G. R., & Soukiazis, E. (2015). Os Fatores Determinantes do Empreendedorismo em Portugal. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 14(3), 13–25.

- Briscoe, F., & Joshi, A. (2017). Bringing the boss's politics in: Supervisor political ideology and the gender gap in earnings. *Academy of Management Journal*, 60(4), 1415–1441. <https://doi.org/10.5465/amj.2016.0179>
- Brown, C., & Thornton, M. (2013). How Entrepreneurship Theory Created Economics. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 4, 20.
- Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female Entrepreneurship and Economic Development: An International Perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1–2), 1–6. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637340>
- Buttner, E. H. (1993). Female Entrepreneurs: How far have they come. *Business Horizons*, March/April, 65.
- Buttner, E. H., & Moore, D. P. (1997). Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success. *JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT*, 15.
- Cadar, O., & Badulescu, D. (2015). Entrepreneur, Entrepreneurship and Intrapreneurship. A Literature Review. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 24(2), 658–664.
- Camelo-Ordaz, C., Fernández-Alles, M., Ruiz-Navarro, J., & Sousa-Ginel, E. (2012). The intrapreneur and innovation in creative firms. *International Small Business Journal*, 30(5), 513–535. <https://doi.org/10.1177/0266242610385396>
- Carmo, H., & Ferreira, M. (2008). Metodologia da Investigação—Guia para Auto-aprendizagem (2ª edição). Lisboa: Universidade Aberta, 001–89.
- Carreira, S. da S., Franzoni, A. B., Esper, A. J. F., Pacheco, D. C., Gramkow, F. B., & Carreira, M. F. (2015). Empreendedorismo Feminino: Um Estudo Fenomenológico. *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*, 5(2), 06–13. <https://doi.org/10.22279/navus.2015.v5n2.p06-13.208>

- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13–39.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00078-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00078-2)
- Carton, R. B., Hofer, C. W., & Meeks, M. D. (1998). The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role in Society. *43th ICSB Conference-Singapore*, 12.
- Chen, J., Zhu, Z., & Anquan, W. (2005). A system model for corporate entrepreneurship. *International Journal of Manpower*, 26(6), 529–543.
<https://doi.org/10.1108/01437720510625449>
- Chieh, N., & Andreassi, T. (2008). Um estudo de caso sobre o entendimento e a aplicação do termo em uma instituição bancária. *RECADM-Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 7(2), 12.
- Chițiba, C. A. (2014). European Policy for Small and Medium Sized Enterprises. *Knowledge Horizons / Orizonturi ale Cunoașterii*, 6(2), 30.
- Choi, S. (2019). Breaking Through the Glass Ceiling: Social Capital Matters for Women's Career Success? *International Public Management Journal*, 22(2), 295–320.
<https://doi.org/10.1080/10967494.2018.1425225>
- Chreim, S., Spence, M., Crick, D., & Liao, X. (2018). Review of female immigrant entrepreneurship research: Past findings, gaps and ways forward. *European Management Journal*, 36(2), 210–222. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.02.001>
- Christofides, L. N., Polycarpou, A., & Vrachimis, K. (2013). Gender Wage Gaps, Sticky Floors and Glass Ceilings in Europe. *Labour Economics*, 21, 86–102.
<https://doi.org/10.1016/j.labeco.2013.01.003>
- Collischon, M. (2019). Is There a Glass Ceiling over Germany? *German Economic Review*, 20(4), E329–E359. <https://doi.org/10.1111/geer.12168>

- Cook, A., & Glass, C. (2014a). Above the Glass Ceiling: When are Women and Racial/Ethnic Minorities Promoted to CEO? *Strategic Management Journal*, 35(7), 1080–1089.
<https://doi.org/10.1002/smj.2161>
- Cook, A., & Glass, C. (2014b). Women and Top Leadership Positions: Towards an Institutional Analysis. *Gender, Work & Organization*, 21(1), 91–103.
- Cooper, A. (2005). Entrepreneurship: The Past, the Present, the Future. Em Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research* (Vol. 1, pp. 21–34). Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_2
- Cordeiro, L. B. (2016). *Intraempreendedorismo: Estratégia para a Inovação das Organizações*. 1(3), 28.
- Córdoba Zuñiga, E., Jency Lorena Castillo, J. L. C., & Castillo Quesada, N. (2018). Creatividad e Innovación: Motores de Desarrollo Empresarial. *Lámpsakos*, 19, p 55-65.
- Corporate Women Directors International. (2017, Maio 18). *CWDI - Report on Women Board Directors of Asia-Pacific Companies*. Corporate Women Directors International. <https://globewomen.org/CWDINet/index.php/2017-cwdi-report-on-women-board-directors-of-asia-pacific-companies/>
- Corporate Women Directors International. (2018, Agosto 22). *CWDI - Report: Women Board Directors of Fortune Global 200 Companies*. Corporate Women Directors International. <https://globewomen.org/CWDINet/index.php/2018-fortune-global-200-companies/>
- Corporate Women Directors International. (2019, Julho 17). *CWDI- Report on Women Board Directors of Largest Banks And Financial Services Companies Globally*. Corporate Women Directors International. <https://globewomen.org/CWDINet/index.php/2019->

cwdi-report-on-women-board-directors-of-largest-banks-and-financial-services-companies-globally/

- Correll, S. J., Benard, S., & Paik, I. (2007). Getting a Job: Is There a Motherhood Penalty? *American Journal of Sociology*, 112(5), 1297–1339. <https://doi.org/10.1086/511799>
- Cotter, D. A., Hermsen, J. M., Ovadia, S., & Vanneman, R. (2001). The Glass Ceiling Effect. *Social Forces*, 80(2), 655–681. <https://doi.org/10.1353/sof.2001.0091>
- Das, M. (2000). Women Entrepreneurs from India: Problems, Motivations and Success Factors. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 15(4), 67–81. <https://doi.org/10.1080/08276331.2000.10593294>
- Denmark, F. L. (1993). Women, Leadership, and Empowerment. *Psychology of Women Quarterly*, 343–356.
- Dess, G., & Lumpkin, G. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19, 147–156. <https://doi.org/10.5465/AME.2005.15841975>
- Dornelas, J. C. A. (2007). Empreendedorismo Corporativo: Conceitos e Aplicações. *Revista de Negócios*, 9(2). <https://doi.org/10.7867/1980-4431.2004v9n2p%p>
- Douglas, E. J., & Fitzsimmons, J. R. (2005). Entrepreneurial intentions towards individual vs. Corporate entrepreneurship. *SEAANZ 2005 Conference, Armidale, NSW*, 25–30.
- Dyer, J. H., Gregersen, H. B., & Christensen, C. (2008). Entrepreneur Behaviors, Opportunity Recognition, and the Origins of Innovative Ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 317–338. <https://doi.org/10.1002/sej.59>
- Dyer, W. G., & Handler, W. (1994). Empreendedorismo e Empresas Familiares: Explorando as Conexões. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 71–83. <https://doi.org/10.1177/104225879401900105>

- Eagly, A., & Carli, L. (2003). The Female Leadership Advantage: An Evaluation of the Evidence. *The Leadership Quarterly*, 14, 807–834.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.09.004>
- Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2001). The Leadership Styles of Women and Men. *Journal of Social Issues*, 57(4), 781–797. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00241>
- European Commission. (2012). *The Entrepreneurship 2020 Action Plan* [Text]. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs - European Commission.
https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/action-plan_en
- European Commission. (2014, Dezembro 15). *Study on «Statistical data on Women entrepreneurs in Europe»* [Text]. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs - European Commission. https://ec.europa.eu/growth/content/study-statistical-data-women-entrepreneurs-europe-0_en
- European Commission, E. (2016). *Entrepreneurship education at school in Europe: Eurydice report*. [Website]. <https://op.europa.eu:443/en/publication-detail/-/publication/74a7d356-dc53-11e5-8fea-01aa75ed71a1>
- Eurostat. (2018). *Reconciliation of work and family life—Statistics—Statistics Explained*. Eurostat Statistics Explained. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Reconciliation_of_work_and_family_life_-_statistics#Career_break_for_childcare
- Evans, D. S., & Leighton, L. S. (1989). The Determinants of Changes in U.S. Self-Employment, 1968-1987. *Small Business Economics*, 1(2), 111–119.
<https://doi.org/10.1007/BF00398629>

- Filion, L. J. (1998). From entrepreneurship to entreprenology: The emergence of a new discipline. *Journal of Enterprising Culture*, 06(01), 1–23.
<https://doi.org/10.1142/S0218495898000023>
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(02), 05–28.
- Filion, L. J. (2000). Empreendedorismo e gerenciamento: Processos distintos, porém Complementares. *Revista de Administração de Empresas*, 40(3), 2–7.
<https://doi.org/10.1590/S0034-75902000000300013>
- Fillis, I., & Rentschler, R. (2010). The Role of Creativity in Entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*, 18(01), 49–81. <https://doi.org/10.1142/S0218495810000501>
- Florea, R., & Florea, R. (2013). Entrepreneurship and Education in European Union Countries. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 16.
- Fortin, M., Cote, J., & Filion, F. (2009). *Fundamentos e etapas do processo de investigação*.
- Fortin, M.-F., Côte, J., & Vissandjée, B. (2003). O processo de investigação: Da concepção à investigação. *O processo de investigação da concepção à realização*, 15–24.
- Foster, J. E. (2015). Women of a certain age: “Second wave” feminists reflect back on 50years of struggle in the United States. *Women’s Studies International Forum*, 50, 68–79. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2015.03.005>
- Franck, A. K. (2012). Factors Motivating Women’s Informal Micro-Entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 65–78.
<https://doi.org/10.1108/17566261211202981>
- Franco, J. O. B., & Gouvêa, J. B. (2016). A Cronologia dos Estudos sobre o Empreendedorismo. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 5(3), 144–166. <https://doi.org/10.14211/regepe.v5i3.360>

- Frankforter, S. A. (1996). The Progression of Women Beyond the Glass Ceiling. *Journal of Social Behavior and Personality*, 11, 121–132.
- Futonge Nzembayie, K., Buckley, A., & Cooney, T. (2019). Researching Pure Digital Entrepreneurship – A Multimethod Insider Action Research approach. *Journal of Business Venturing Insights*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.e00103>
- Garcia, C. F., & Viecili, J. (2018). Implicações do Retorno ao Trabalho após Licença-Maternidade na Rotina e no Trabalho da Mulher. *Fractal: Revista de Psicologia*, 30(2), 271–280. <https://doi.org/10.22409/1984-0292/v30i2/5541>
- García, M. L. S., & Adame, M. E. C. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en américa latina. *Criterio Libre*, 13(22), 129–152. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2015v13n22.129>
- García, P. O., & Capitán, Á. O. (2016). Elements that contribute to boost female entrepreneurship: A prospective analysis. *Elementos que contribuyen a potenciar la capacidad empresarial femenina: un análisis prospectivo (Spanish; Castilian)*, 7(15), 54–60. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.003>
- Gartner, W. (1989). Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- GEM. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor—Entrepreneurship in Portugal* [GEM PORTUGAL 2013 | 2004-2013: Uma Década de Empreendedorismo em Portugal]. <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/portugal>
- GEM. (2016, 2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. GEM Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2016-2017-global-report>
- Gezer, I., & Cardoso, S. P. (2015). Emprendimiento y sus implicaciones para la innovación y el desarrollo: Un análisis multivariante con los indicadores socioeconómicos. *Revista GCG 2015 Volumen 9 N° 2 02*. <https://doi.org/10.3232/GCG.2015.V9.N2.02>

- Gilad, B. (1984). Entrepreneurship: The issue of creativity in the market place. *The Journal of Creative Behavior*, 18(3), 151–161. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1984.tb00379.x>
- Gimenez, F. A. P., Ferreira, J. M., & Ramos, S. C. (2017). Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de Um Campo de Pesquisa. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(1), 40–74. <https://doi.org/10.14211/regepe.v6i1.450>
- Gitahy, R. R. C., & Matos, M. L. (2007). A Evolução dos Direitos da Mulher. *Colloquium Humanarum. ISSN: 1809-8207*, 4(1), 74–90.
- Godoy, L., & Mladinic, A. (2009). Estereotipos y Roles de Género en la Evaluación Laboral y Personal de Hombres y Mujeres en Cargos de Dirección. *Psykhé (Santiago)*, 18(2), 51–64. <https://doi.org/10.4067/S0718-22282009000200004>
- Gomes, A. F. (2011). *O Empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local*. 14.
- Grawitz, M. (1993). Métodos das Ciências Sociais. *Daloz, Paris*.
- Greeley, A. M. (1993). Necessity of feminism. *Society New Brunswick*, 2, 4.
- Gregory, M., & Connolly, S. (2008). Feature: The Price of Reconciliation: Part-Time Work, Families and Women's Satisfaction. *The Economic Journal*, 118(526), F1–F7. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2007.02113.x>
- Grubb, W. N., & Wilson, R. H. (1989). Sources of Increasing Inequality in Wages and Salaries, 1960-80. *Monthly Labor Review*, 112, 3.
- Guerreiro, M. D. D., Caetano, A., Rodrigues, E., Barroso, M., & Couto, A. I. (2016). Becoming an entrepreneur: A diversity of factors, types and pathways. *Becoming an Entrepreneur: A Diversity of Factors, Types and Pathways*, 2, 74–82. <https://doi.org/10.3311/PPso.8688>

- Gunapalan, S. (2016, Novembro 16). *Motivational Factors for Entrepreneurship Development A Gender Comparative Approach in Retail Sector*.
<https://doi.org/10.15224/978-1-63248-116-0-46>
- Gutierrez, E. J. D., & Gutierrez, E. J. D. (2016). Female Principals in Education: Breaking the Glass Ceiling in Spain. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 26(65), 343–350.
<https://doi.org/10.1590/1982-43272665201611>
- Hart, M., Gatewood, E., Brush, C., & Carter, N. (2003). *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory*.
- Hartmann, V. H. P. (2013). *Startup: Uma nova forma de empreender*.
<http://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/3966>
- Hauck Filho, N., Machado, W. de L., Teixeira, M. A. P., & Bandeira, D. R. (2012). Evidências de validade de marcadores reduzidos para a avaliação da personalidade no modelo dos cinco grandes fatores. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 28(4), 417–423.
<https://doi.org/10.1590/S0102-37722012000400007>
- Hayrapetyan, L., Nunes, A., & Khachatryan, K. (2016). Factors that influence female entrepreneurship in the European Union. *XVII Encuentro AECA*.
<https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/14211>
- Hayton, J. C., & Kelley, D. J. (2006). A competency-based framework for promoting corporate entrepreneurship. *Human Resource Management*, 45(3), 407–427.
<https://doi.org/10.1002/hrm.20118>
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1(1), 39–49. <https://doi.org/10.1007/BF00389915>
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (2006). The Entrepreneur as Innovator. *The Journal of Technology Transfer*, 31(5), 589. <https://doi.org/10.1007/s10961-006-9060-5>

- Heilman, M. E., & Okimoto, T. G. (2008). Motherhood: A potential source of bias in employment decisions. *The Journal of Applied Psychology*, 93(1), 189–198.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.1.189>
- Holmén, M., Min, T. T., & Saarelainen, E. (2011). Female entrepreneurship in afghanistan. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(03), 307–331.
<https://doi.org/10.1142/S1084946711001860>
- Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1999). Perception of Internal Factors for Corporate Entrepreneurship: A Comparison of Canadian and U.S. Managers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(2), 9–24.
<https://doi.org/10.1177/104225879902400202>
- Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Zahra, S. A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17(3), 253–273. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00059-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00059-8)
- Hoselitz, B. F. (1952). Entrepreneurship and Economic Growth. *American Journal of Economics & Sociology*, 12(1), 97–110. <https://doi.org/10.1111/j.1536-7150.1952.tb00480.x>
- IAPMEI. (2007). *Observatório da Criação de Empresas Resultados do inquérito 2007*. [Website]. https://www.cig.gov.pt/siic/pdf/2014/oce_2007.pdf
- Imaginário, S., Cristo, E., Jesus, S. N. de, & Morais, M. de F. (2014). *Educação para o empreendedorismo em Portugal: O nascimento do Programa Empreender na Escola*. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/>
- Iora, T. A. (2016). A construção dos direitos das mulheres na conquista de seu espaço. *Quaderns de Psicologia*, 18(3), 7–14. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1270>

- Jellal, M., Nordman, C. J., & Wolff, F.-C. (2005). Theory and Evidence on the Glass Ceiling Effect Using Matched Worker-firm Data. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.842504>
- Jellal, M., Nordman, C. J., & Wolff, F.-C. (2008). Evidence on the glass ceiling effect in France using matched worker-firm data. *Applied Economics*, 40(24), 3233–3250.
<https://doi.org/10.1080/00036840600994070>
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715. <https://doi.org/10.5465/19416520.2013.782190>
- Jesus, C. C. de, & Almeida, I. F. (2016). O Movimento Feminista e as Redefinições da Mulher na Sociedade após a Segunda Guerra Mundial. *Boletim Historiar*, 0(14).
<https://seer.ufs.br/index.php/historiar/article/view/5439>
- Jourová, V. (2016). *Gender balance on corporate boards*. European Commission.
https://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=46280.
- Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, E. T. (2018). We Ask Men to Win and Women Not to Lose: Closing the Gender Gap in Startup Funding. *Academy of Management Journal*, 61(2), 586–586–614. Complementary Index.
<https://doi.org/10.5465/amj.2016.1215>
- Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876–1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283–300.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00098-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00098-8)
- Kolchin, M. G., & Hyclak, T. J. (1987). The Case of the Traditional Intrapreneur. *SAM Advanced Management Journal* (07497075), 52(3), 14.

- Korabik, K., & Rosin, H. M. (1995). The impact of children on women managers' career behavior and organizational commitment. *Human Resource Management*, 34(4), 513–528. <https://doi.org/10.1002/hrm.3930340404>
- Kropp, F., Lindsay, N. J., & Shoham, A. (2008). Entrepreneurial orientation and international entrepreneurial business venture startup. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(2), 102–117. <https://doi.org/10.1108/13552550810863080>
- Krüger, C., Pinheiro, J. P., & Minello, I. F. (2017). *As Características Comportamentais Empreendedoras de David McClelland*. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/mcclelland.html>
- Lakatos, E. M., & de Andrade Marconi, M. (1991). *Metodologia científica*. Atlas São Paulo.
- Langroodi, F. E. (2017). *Schumpeter's Theory of Economic Development: A Study of the Creative Destruction and Entrepreneurship Effects on the Economic Growth by Farrokh Emami-Langroodi*: SSRN. Goethe University Frankfurt - House of Finance. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3153744
- Lavoie, D. (1985). A New Era for Female Entrepreneurship in the 80's. *Journal of Small Business - Canada*, 2(3), 34–43. <https://doi.org/10.1080/0820957X.1985.10600603>
- Linehan, M., & Walsh, J. S. (1999). Senior female international managers: Breaking the glass border. *Women in Management Review*, 14(7), 264–272. <https://doi.org/10.1108/09649429910291113>
- Lips, H. M. (2003). The Gender Pay Gap: Concrete Indicator of Women's Progress Toward Equality. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 3(1), 87–109. <https://doi.org/10.1111/j.1530-2415.2003.00016.x>
- Littunen, H. (2000). The Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6, 295–310. <https://doi.org/10.1108/13552550010362741>

- Locatelli, D. R. S., Silveira, M. A. P. da, & Barbacovi, N. E. (2018). Características Comportamentais Empreendedoras e sua Importância na Atuação Profissional. *Revista Pretexto*, 18(4), 100–113. <https://doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.5112>
- Longstreth, M., Ord, K., & Mauldin, T. (1987). Self-Employed Women and Their Families: Time Use and Socioeconomic Characteristics. *Journal of Small Business Management*, 25, 30.
- Loscocco, K., & Robinson, J. (1991). Barriers to Women's Small-Business Success in the United States. *Gender & Society*, 5, 511–532. <https://doi.org/10.1177/089124391005004005>
- Loureiro, P., & Cardoso, C. C. (2008). O gênero e os estereótipos na gestão. *Tékhne - Revista de Estudos Politécnicos*, 10, 221–238.
- Macedo, M., & Mitidieri, T. da C. (2012). Aspectos psicológicos determinantes do comportamento empreendedor. *Revista Intersaberes*, 1(2), 272-299–299. <https://doi.org/10.22169/intersaberes.v1i2.99>
- Maclean, N. (1999). The hidden history of affirmative action: Working women's struggles in the 1970's and the gender of class - ProQuest. *College Park*, 25(1), 42–78.
- Maier, V., & Pop Zenovia, C. (2011). Entrepreneurship versus Intrapreneurship. *Review of International Comparative Management / Revista de Management Comparat International*, 12(5), 971.
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person–entrepreneurship fit: Why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13(2), 281–301. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00018-4](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00018-4)
- Maroco, J., & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? *Laboratório de psicologia*, 65–90.

- Marques, T., & Ferreira, C. (2015). Mulheres na Gestão de Topo: A Problemática do Gap de Gênero e Salarial. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 14, 43–59.
<https://doi.org/10.5585/riae.v14i1.2150>
- Marry, C., & Pochic, S. (2017). Le “plafond de verre” en france: Le public plus égalitaire que le privé? *Cadernos de Pesquisa*, 47(163), 148–167.
<https://doi.org/10.1590/198053144299>
- Martes, A. C. B. (2010). Weber e Schumpeter: A ação econômica do empreendedor. *Brazilian Journal of Political Economy*, 30(2), 254–270. <https://doi.org/10.1590/S0101-31572010000200005>
- Marticorena, W. M., & Rodríguez, N. V. (2014). El emprendimiento femenino. *Studium Veritatis*, 12(18), 489–511. <https://doi.org/10.35626/sv.18.2014.62>
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Review Stanford Social Innovation*, 29–39.
- Martins, S. da C. (2005). Portugal, um lugar de fronteira na Europa: Uma leitura de indicadores socioeducacionais. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 49, 141–161.
- Matthews, J. H. (2007). *Creativity and Entrepreneurship: Potential Partners or Distant Cousins?* (R. Chapman, Ed.; pp. 1–17). University of Western Sydney.
<https://eprints.qut.edu.au/11214/>
- Mattos, L. V. de. (2011). Alfred Marshall, o capitalismo e sua utopia social. *Economia e Sociedade*, 20(3), 637–659. <https://doi.org/10.1590/S0104-06182011000300007>
- Mendes, A. R. de O. (2007). Apontamentos sobre a educação para o empreendedorismo em Portugal. *Revista Portuguesa de Pedagogia*, 285–298.
- Mendonça, J., & Grimpe, C. (2016). Skills and regional entrepreneurship capital formation: A comparison between Germany and Portugal. *The Journal of Technology Transfer*, 41(6), 1440–1456. <https://doi.org/10.1007/s10961-015-9444-5>

- Metz, E. S. (2014). Gestão feminina: A presença das mulheres na liderança de empresas. *Ágora : revista de divulgação científica.*, 19(2), 169–178.
- Michael, S. C. (2007). Entrepreneurship, growth, and Adam Smith. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3–4), 287–289. <https://doi.org/10.1002/sej.31>
- Minniti, M. (2010). Female Entrepreneurship and Economic Activity. *European Journal of Development Research*, 22(3), 294–312. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.18>
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries? *The European Journal of Development Research*, 22(3), 277–293. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.17>
- Moreno, S. E. C. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(2), 53–66.
<https://doi.org/10.18359/rfce.656>
- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76–88. <https://doi.org/10.1002/nvsm.202>
- Mota, C., Tanure, B., & Carvalho Neto, A. (2015). Mulheres Executivas Brasileiras: O Teto de Vidro em Questão. *Revista Administração em Diálogo - RAD*, 16(3).
<https://doi.org/10.20946/rad.v16i3.13791>
- Mourão, T. M. F., & Galinkin, A. L. (2008). Equipes gerenciadas por mulheres: Representações sociais sobre gerenciamento feminino. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 21(1). <https://doi.org/10.1590/S0102-79722008000100012>
- Mukhtar, S.-M. (2002). Differences in Male and Female Management Characteristics: A Study of Owner-Manager Businesses. *Small Business Economics*, 18(4), 289–310.
<https://doi.org/10.1023/A:1015235402335>

- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*.
<https://doi.org/10.1108/13552520610638256>
- Murray Jr., E. A. (1976). The Social Response Process in Commercial Banks: An Empirical Investigation. *Academy of Management Review*, 1(3), 5-5–15. Complementary Index.
<https://doi.org/10.5465/AMR.1976.4400575>
- Musumeci, R., & Solera, C. (2013). Women's and men's career interruptions in Europe: The role of social policies. *Observatoire de La Société Britannique*, 14, 37–72.
<https://doi.org/10.4000/osb.1511>
- Naguib, R., & Jamali, D. (2015). Female entrepreneurship in the UAE: A multi-level integrative lens. *Gender in Management: An International Journal*, 30(2), 135–161.
<https://doi.org/10.1108/GM-12-2013-0142>
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
<https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nassif, V. M. J., Andreassi, T., & Simões, F. (2011). Entrepreneurial Competences: Are There Differences Between Entrepreneurs and Intrapreneurs? *Review of Administration and Innovation - RAI*, 8(3), 33–54. <https://doi.org/10.5773/rai.v8i3.858>
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2010). *Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers* (SSRN Scholarly Paper ID 1733780). Social Science Research Network.
<https://papers.ssrn.com/abstract=1733780>
- Neider, L. (1987). A Preliminary Investigation of Female Entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management*, 25(3), 22.

- Newbert, S. L. (2003). Realizing the Spirit and Impact of Adam Smith's Capitalism through Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 46(3), 251–258.
<https://doi.org/10.1023/A:1025564030922>
- Nunes, A., & Cardim, S. (2017). Discriminação salarial por sexo e por setores de atividade em Portugal: Evidências regionais em período de crise. *Journal of Studies on Citizenship and Sustainability*, 3, 21.
- OCDE. (2018a). *Earnings and wages—Gender wage gap—OECD Data—Gender wage gap (indicator)*. Organisation de Coopération et de Développement Économiques.
<http://data.oecd.org/earnwage/gender-wage-gap.htm>
- OCDE. (2018b). *Inclusive Entrepreneurship Policies: Country Assessment Notes - OECD - Portugal 2018*. Organisation de Coopération et de Développement Économiques.
<http://www.oecd.org/cfe/smes/PORTUGAL-Country-Note-2018.pdf>
- Okafor, C., & Amalu, R. (2010). Entrepreneurial Motivations as Determinants of Women Entrepreneurship Challenges. *Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin*, LXII(67–77), 11.
- Okpara, F. O. (2007). The value of creativity and innovation in entrepreneurship. *Journal of Asia entrepreneurship and sustainability*, 3(2), 1.
- Oliveira, A. A. S., Neto, R. R. de Q., Queiroz, J. de F. A., & Duarte, S. (2019). Empreendedorismo Digital: Suas contribuições no Âmbito Econômico e Social. *Revista Eletrônica Organizações e Sociedade*, 8(9), 56–68.
<https://doi.org/10.29031/ros.v8i9.436>
- Oliveira, A., Rua, O. L., & Ribeiro, M. C. (2017). Impacto das barreiras económico-financeiras na criação de novas organizações. *European Journal of Applied Business and Management*, 3(2). <http://nidisag.isag.pt/index.php/IJAM/article/view/238>

- O'Neill, J. (2003). The Gender Gap in Wages, circa 2000. *American Economic Review*, 93, 309–314. <https://doi.org/10.1257/000282803321947254>
- Onstenk, J. (2003). Entrepreneurship and Vocational Education. *European Educational Research Journal*, 2(1), 74–89. <https://doi.org/10.2304/eej.2003.2.1.12>
- Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5), 232–247. <https://doi.org/10.1108/09649420110395719>
- Ortega, A. S., & Rodríguez, D. M. (2018). What Is This Thing Called Intrapreneur? Work management, cognitive capitalism and entrepreneur conception. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 2, 285. <https://doi.org/10.5209/CRLA.60698>
- Papageorgiou, A. (2018). Let's talk about the elephant in the room: An ethnographic exploration of gender inequalities in the contemporary start-up world of Athens. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14(1), 95–102. https://doi.org/10.1386/macp.14.1.95_7
- Parente, C., Santos, M., Marcos, V., Costa, D., & Veloso, L. (2012). Perspectives of Social Entrepreneurship in Portugal: Comparison and Contrast with International Theoretical Approaches. *International Review of Social Research*, 2. <https://doi.org/10.1515/irsr-2012-0020>
- Paris, L. D., Howell, J. P., Dorfman, P. W., & Hanges, P. J. (2009). Preferred leadership prototypes of male and female leaders in 27 countries. *Journal of International Business Studies*, 40(8), 1396–1405. <https://doi.org/10.1057/jibs.2008.114>
- Peneder, M. (2009). The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 9(2), 77–99. <https://doi.org/10.1007/s10842-009-0052-7>

- Plantenga, J., Remery, C., Figueiredo, H., & Smith, M. (2009). Towards a European Union Gender Equality Index. *Journal of European Social Policy*, 19(1), 19–33.
<https://doi.org/10.1177/0958928708098521>
- Poczter, S., & Shapsis, M. (2018). Gender disparity in angel financing. *Small Business Economics*, 51(1), 31–55. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9922-2>
- Pordata. (2018). *PORDATA - Base de Dados de Portugal*. PORDATA - Base de Dados de Portugal Contemporâneo. <https://www.pordata.pt/Portugal>
- Praag, M. (1999). Some Classic Views on Entrepreneurship. *De Economist*, 147, 311–335.
<https://doi.org/10.1023/A:1003749128457>
- Purcell, D., MacArthur, K. R., & Samblanet, S. (2010). Gender and the Glass Ceiling at Work. *Sociology Compass*, 4(9), 705–717. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2010.00304.x>
- Rajasekaran, B. (2013). *Sustainable Entrepreneurship: Past Researches and Future Directions*. 2(1), 8.
- Ramadani, V. (2015). The Woman Entrepreneur in Albania: An Exploratory Study on Motivation, Problems and Success Factors. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 17(2), 204–221. <https://doi.org/10.1080/19448953.2014.997488>
- Ramos, C. G., Campillo, A. M., & Gago, R. F. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 19(2), 31–47.
- Ramos, F. S., & Bayter, L. O. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 75, 129–151.
- Redford, D. T. (2006). *Entrepreneurship education in Portugal: 2004/2005 national survey*. 12(1), 19–41.

- Relatório Eurydice. (2016). *Comissão Europeia: Educação para o Empreendedorismo nas Escolas Europeias* (Serviço de Publicações da União Europeia) [Luxemburgo].
[http://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=EC0216104PTN_002.pdf](http://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=EC0216104PTN_002.pdf)
- Rey-Martí, A., Tur Porcar, A., & Mas-Tur, A. (2015). Linking female entrepreneurs' motivation to business survival. *Journal of Business Research*, 68(4), 810–814.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.033>
- Rizzato, S. de C. e C., & Moran, M. C. (2013). Empreendedorismo e personalidade: O perfil em estudantes brasileiros. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 13(3), 279–291.
- Rocha, E. L. de C. (2014). Oportunidade ou Necessidade? Um Estudo do Impacto do Empreendedorismo no Desenvolvimento Econômico. *Revista Gestão em Análise*, 3(1/2), 31–46. <https://doi.org/10.12662/2359-618xregea.v3i1/2.p31-46.2014>
- Rodrigues, D., & Teixeira, R. (2015). As Contribuições do Empreendedorismo Corporativo à Implementação de Estratégias. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 14, 60–75.
<https://doi.org/10.5585/riae.v14i1.2050>
- Rodrigues, M., & Franco, M. (2018). Importance of living labs in urban Entrepreneurship: A Portuguese case study. *Journal of Cleaner Production*, 180, 780–789.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.01.150>
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 26, 94–119.
- Rubery, J., Grimshaw, D., & Figueiredo, H. (2005). How to close the gender pay gap in Europe: Towards the gender mainstreaming of pay policy. *Industrial Relations Journal*, 36(3), 184–213. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2338.2005.00353.x>

- Rusu, S., Florin Lucian, I., Cureteanu, R., & Csorba, L. (2012, Janeiro 16). *Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts*.
<https://doi.org/10.5897/AJBM11.2785>
- Salavisa, I., Videira, P., & Santos, F. (2009). Entrepreneurship and social networks in IT sectors: The case of the software industry in Portugal. *Journal of Innovation Economics Management*, n° 4(2), 15–39.
- Santander-Astorga, P., Fernández-Robin, C., & Yáñez-Martínez, D. (2016). Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII(2), 63–77.
- Santos, G. M. C., Marques, C. S., Ferreira, J. J., Gerry, C., & Ratten, V. (2017). Women's entrepreneurship in Northern Portugal: Psychological factors versus contextual influences in the economic downturn. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 418–440.
<https://doi.org/10.1504/WREMSD.2017.085027>
- Schiebinger, L. (2000). Has Feminism Changed Science? *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 25(4), 1171–1175. <https://doi.org/10.1086/495540>
- Scott, C. E. (1986). Why More Women Are Becoming Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 37–44.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
<https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217.
<https://doi.org/10.2307/259271>

- Shinnar, R., Hsu, D., Powell, B., & Zhou, H. (2017). Entrepreneurial intentions and start-ups: Are women or men more likely to enact their intentions? *International Small Business Journal*, 36, 026624261770427. <https://doi.org/10.1177/0266242617704277>
- Silva, T., Pereira, M. F., Costa, A. M., & Hinterlang, C. (2013). Metodologia em Voga no Campo de Empreendedorismo: Emprego de Métodos Quantitativos para o Estudo das Características Inerentes aos Empreendedores. *Revista Ibero - Americana de Estratégia*, 12(4), 181–209. ABI/INFORM Collection; Entrepreneurship Database.
- Silveira, T. S., Passos, D. F. O., & Martins, I. (2017). Empreendedorismo X Startup. *REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco*, 3(2, jul-dez), 304–322. <https://doi.org/10.21574/remipe.v3i2, jul-dez.1>
- Smith, M. (2012). Social regulation of the gender pay gap in the EU. *European Journal of Industrial Relations*, 18(4), 365–380. <https://doi.org/10.1177/0959680112465931>
- Smith, W., & Chimucheka, T. (2014). Entrepreneurship, Economic Growth and Entrepreneurship Theories. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(14), 160.
- Souza, E. C. lucas, & Lopez Júnior, G. S. (2011). Entrepreneurship Ship and Development: An Open Relationship. *Review of Administration and Innovation - RAI*, 8(3). <https://doi.org/10.5773/rai.v8i3.785>
- Stanworth, J., Stanworth, C., Granger, B., & Blyth, S. (1989). Who Becomes an Entrepreneur? *International Small Business Journal*, 8(1), 11–22. <https://doi.org/10.1177/026624268900800101>
- Stevenson, L. A. (1986). Against All Odds: The Entrepreneurship of Women. *Journal of Small Business Management*, 24, 30.
- Stoker, J. I., Van der Velde, M., & Lammers, J. (2012). Factors Relating to Managerial Stereotypes: The Role of Gender of the Employee and the Manager and Management

- Gender Ratio. *Journal of Business and Psychology*, 27(1), 31–42.
<https://doi.org/10.1007/s10869-011-9210-0>
- Tavares, C. E., de Moura, G. L., & Silva, A. H. (2013). Confrontando Atitudes Empreendedoras em Empreendedores por Oportunidade e por Necessidade. *Revista Conhecimento Interativo*, 7(1), 16–29.
- Teixeira, A. A., & Silva, C. (2012). A new perspective on local political entrepreneurship: Evidence from Portugal. *Local Economy*, 27(3), 332–354.
<https://doi.org/10.1177/0269094212439151>
- Terrell, K., & Troilo, M. (2010). Values and female entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 260–286.
<https://doi.org/10.1108/17566261011079242>
- Thompson, N., Kiefer, K., & York, J. G. (2011). Distinctions not Dichotomies: Exploring Social, Sustainable, and Environmental Entrepreneurship. Em G. T. Lumpkin & J. A. Katz (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* (Vol. 13, pp. 201–229). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1074-7540\(2011\)0000013012](https://doi.org/10.1108/S1074-7540(2011)0000013012)
- Timmons, J. A. (1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Irwin.
- Trochim, W., & Donnelly, J. P. (2001). The research methods knowledge base, 2e. *Cornell University*.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Binks, M. (2003). Does Entrepreneurial Experience Influence Opportunity Identification? *The Journal of Private Equity*, 7(1), 7–14. JSTOR.
- Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, R. F. dos. (2014). Motivações para o empreendedorismo: Necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 311–327. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>

- Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (1999). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *De Economist, Netherlands Economic Review*, 29(4), 351–382.
<https://doi.org/10.1007/s11187-007-9074-x>
- Venkatesh, V., Shaw, J. D., Sykes, T. A., Wamba, S. F., & Macharia, M. (2017). Networks, Technology, and Entrepreneurship: A Field Quasi-experiment among Women in Rural India. *Academy of Management Journal*, 60(5), 1709–1740.
<https://doi.org/10.5465/amj.2015.0849>
- Vohra, N., & Mukul, K. (2009). Relevance of Peter Drucker’s Work: Celebrating Drucker’s 100th Birthday. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers*, 34(4), 1–8.
<https://doi.org/10.1177/0256090920090401>
- Wasilczuk, J., & Zieba, K. (2008). Female Entrepreneurship in Transitional Economies: The Case of Poland. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(2), 153–169.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593419>
- Welter, F., & Lasch, F. (2008). Entrepreneurship Research in Europe: Taking Stock and Looking Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32, 241–248.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00224.x>
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27–56. <https://doi.org/10.1023/A:1008063200484>
- Wortman, M. S. (1987). Entrepreneurship: An Integrating Typology and Evaluation of the Empirical Research in the Field. *Journal of Management*, 13(2), 259–279.
<https://doi.org/10.1177/014920638701300205>
- Wortman, M. S. (1990). Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6(4), 329–344. [https://doi.org/10.1002/1520-6297\(199007\)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N](https://doi.org/10.1002/1520-6297(199007)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N)

- Wrohlich, K., & Zucco, A. (2017). Gender pay gap varies greatly by occupation. *DIW Economic Bulletin*, 7(43), 429–435.
- Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: Research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 12.
<https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>
- Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 119735. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119735>
- Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., & Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117–131. <https://doi.org/10.1002/sej.43>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

ANEXOS

Anexo I - Carta Convite

Convite à participação no estudo científico sobre Gestão Feminina

Ex.mo(a) Senhor(a)

A Universidade Autónoma de Lisboa, através dos seus centros de investigação científica, leva a efeito diversos estudos científicos que permitem conhecer melhor as diferentes realidades de Portugal, da Europa de do Mundo. Sem a colaboração dos cidadãos e da sociedade em geral, não é possível recolher informação que permita explicar os fenómenos socioeconómicos e propor soluções que melhorem a nossa vida em sociedade. Efetuamos-lhe o convite para participar no presente estudo sobre a Gestão Feminina, o qual tem por objetivos principais determinar os fatores e causas que contribuem para que as mulheres se tornem empreendedoras, bem como identificar as barreiras e dificuldades que as mesmas enfrentam no desenvolvimento das suas atividades empreendedoras.

Caso aceite o convite, solicitamos que preencha o inquérito disponível em (https://docs.google.com/forms/d/1_axJePmgvd5YRlhHiEiaWC9eEIw4sVnQK1_Qgdetlk/pre fill), o que tomará 12 minutos a preencher. As suas respostas são confidenciais e apenas utilizadas para efeitos de investigação científica, não existindo tratamento individualizado das informações prestadas. No caso de estar disponível para nos conceder uma entrevista, é respeitado o seu anonimato inclusive nos documentos científicos produzidos. Apenas a investigadora Kamilla Rodrigues Ribeiro, responsável por esta investigação específica, terá conhecimento da identidade da pessoa entrevistada, cumprindo-lhe o dever ético de sigilo sobre os dados pessoais que possam identificar a pessoa entrevistada.

O presente estudo científico segue as normas e valores éticos a que está sujeita qualquer investigação que envolva seres humanos, cumprindo à investigadora Kamilla Rodrigues Ribeiro a recolha, tratamento e análise dos dados e informações prestadas, sob supervisão e orientação do Professor Doutor José Brás dos Santos, o qual é responsável por assegurar a qualidade da investigação e o cumprimento das normas éticas e deontológicas a que estão sujeitos os investigadores sob sua orientação.

No caso de precisar esclarecer qualquer dúvida, não hesite em contactar-nos pelos e-mails kamillarodrigu@gmail.com ou em alternativa jmbras@autonoma.pt.

Agradecemos a sua colaboração,

Kamilla Rodrigues Ribeiro

José Brás dos Santos

Questionário As mulheres e o empreendedorismo

Empreendedorismo Feminino

O presente inquérito é direccionado para empresárias e destinado à coleta de dados para o estudo da Gestão Feminina Empreendedora e Intraempreendedora, no âmbito do Mestrado em Gestão de Empresas, da Universidade Autónoma de Lisboa, sob orientação do Prof. Doutor Brás dos Santos. Os dados recolhidos são anónimos não sendo solicitada qualquer informação que permita a identificação dos respondentes ao questionário.

A sua colaboração é importante e agradecemos que responda com sinceridade, uma vez que não há respostas certas nem erradas e os dados recolhidos não são objeto de análise individual.

Kamilla Ribeiro

***Obrigatório**

Empreendedorismo Feminino

Empreendedorismo feminino pode ser considerado como qualquer ação empreendedora que é realizada especialmente por mulheres. Muitas vezes limitamos o pensamento de que empreendedorismo está relacionado às grandes empresas e projetos, o empreendedorismo vai muito além disso. Devemos compreender que principalmente empreendedorismo feminino empodera, dá mais espaço, visibilidade, tendo impacto positivo nas comunidades sendo um importante instrumento de transformação social.

Sinto-me empreendedora *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

Intraempreendedorismo Feminino

O intraempreendedorismo procura estimular a criatividade dos seus colaboradores, envolvendo-os nos diversos projetos e encarando-os quase como se fossem sócios da empresa. Sendo uma cultura e uma estratégia que tem como principal objetivo estimular a atividade empreendedora entre os colaboradores de uma empresa.

Sinto-me intraempreendedora *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

Dados Gerais

As perguntas a seguir são destinadas a conhecer o perfil das mulheres.

Nacionalidade *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Brasileira
- ☐ Portuguesa
- ☐ Dupla nacionalidade (Brasileira e Portuguesa)
- ☐ Outro: _____

Faixa Etária *

Escolha a faixa etária correspondente à sua idade a 31 de Dezembro de 2019.

Marcar apenas uma oval.

- ☐ menos 20 anos
- ☐ 21 a 25 anos
- ☐ 26 a 30 anos
- ☐ 31 a 35 anos
- ☐ 36 a 40 anos
- ☐ 41 a 45 anos
- ☐ 46 a 50 anos
- ☐ 51 a 55 anos
- ☐ mais de 55 anos

Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Solteira
- ☐ Casada
- ☐ Divorciada
- ☐ Viúva
- ☐ União Estável
- ☐ Outro: _____

Número de Filhos *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sem Filhos
- ☐ 1 a 2
- ☐ 3 a 4
- ☐ mais de 4

Habilitações Literárias *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 1º ao 4º ano
- ☐ 5º ao 9º ano
- ☐ 10º ao 12º ano
- ☐ Técnico
- ☐ Licenciatura/Graduação
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutorado

Identificação da Área de Estudo

Tendo respondido uma das seguintes opções:

* Técnico

* Licenciatura/Graduação;

* Mestrado ou

* Doutorado.

Poderia nos dizer qual foi a área de formação/estudo.

Caracterização da situação antes do empreendedorismo

Qual era a sua situação profissional antes do empreendedorismo *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Estudante
- ☐ Desempregado
- ☐ Trabalhador por conta de outrem
- ☐ Outro: _____

Caracterização da atividade empreendedora

Qual a área de atividade/atuação da sua empresa *

Há quanto tempo é empresária *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ 1 a 3 anos
- ☐ 4 a 6 anos
- ☐ mais 6 anos

Quantos colaboradores há na empresa *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Menos 10
- ☐ 10 a 50
- ☐ 51 a 250
- ☐ Mais de 250

Na sua opinião qual o grau de importância que o empreendedorismo tem como opção de escolha na hora de integrar o mercado de trabalho *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Não é uma escolha
- ☐ É uma escolha razoável
- ☐ É uma escolha interessante
- ☐ É uma escolha fundamental

Motivos de optar pelo empreendedorismo

Quais foram os motivos que a levaram a ser empresária *

As perguntas a seguintes são de múltipla escolha. Podendo escolher mais de uma opção de interesse.

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Falta de oportunidades de emprego
- ☐ Área de atividade da empresa ligado a profissão
- ☐ Maiores rendimentos
- ☐ Maior prestígio por ser empresária
- ☐ Impulsionada pela família
- ☐ Trabalhar com aquilo que gosta
- ☐ Necessidade económica, financeira e cultural
- ☐ Independência pessoal
- ☐ Administração da própria carreira
- ☐ Outro: _____

Quais foram os motivos para a escolha da área de atividade da empresa *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Experiência profissional
- ☐ Atividade em expansão
- ☐ Incentivo financeiro
- ☐ Área de Formação/Habilitações Académicas

- ☐ Área de atividade da empresa relacionada com negócios da família

Quais foram os medos iniciais em desenvolver o próprio negócio *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Possibilidade de falência
- ☐ Instabilidade do mercado
- ☐ Carga fiscal elevada
- ☐ Demasiada concorrência
- ☐ Falta de formação
- ☐ Falta de experiência
- ☐ Falta de apoio financeira e emocional

☐ Outro: _____

Obstáculos ou dificuldades enfrentadas

Quais foram os principais obstáculos enfrentados *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Situação económica desfavorável do País
- ☐ Burocracia
- ☐ Falta de acompanhamento profissional especializado
- ☐ Preconceito por ser mulher
- ☐ Alta Concorrência
- ☐ Mão de Obra especializada
- ☐ Falta de cursos profissionalizantes

Na sua opinião para ser uma empresária de sucesso qual a importância das características seguintes:

Capacidade de Inovação *

Marcar apenas uma oval.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante			Muito Importante	

Inteligência Emocional *

Marcar apenas uma oval.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante			Muito Importante	

Comunicação e persuasão *

Marcar apenas uma oval.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante			Muito Importante	

Desenvolvimento em rede *

Marcar apenas uma oval.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante			Muito Importante	

Tecnologia, Mídias Sociais *

Marcar apenas uma oval.

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante			Muito Importante	

Visão *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Liderança *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Motivação *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Organização Financeira *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Busca continua por aperfeiçoamento *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Mobilização de Recursos *

Marcar apenas uma oval

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Orientação para objetivos *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Criatividade e Inovação *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Auto Confiança *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Iniciativa *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Assumir riscos *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Paixão pelo trabalho *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Nada Importante					Muito Importante

Capacitação e Preconceito

Já participou de alguma iniciativa, curso, projeto, Workshops, palestra sobre empreendedorismo *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

Enquanto empresária já foi vítima de algum preconceito *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

Traços de personalidade das mulheres empreendedoras.

As afirmações que se seguem ajudam-nos a determinar os traços de personalidade mais marcantes nas mulheres empreendedoras. Lembrando que não existe resposta certa ou errada.

Vejo-me como uma pessoa....

Complete a frase «vejo-me como uma pessoa. Marcando em cada adjetivo o número de 1 a 5 que está mais próximo da forma como se vê e se sente.

comunicativa *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

quieta *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

tímida *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

desembaraçada *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

41. inibida *

Marcar apenas uma oval

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

amável *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

gentil *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

simpática *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

bondosa *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

compreensiva *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

dedicada *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

esforçada *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

responsável *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

organizada *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

cuidadosa *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

pessimista *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

deprimida *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5
	☐	☐	☐	☐	☐
Discordo Totalmente					Concordo Totalmente

insegura *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

ansiosa *

Marcar apenas uma oval

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

aborrecida *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

criativa *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

artística *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

filosófica *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

aventureira *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

audaciosa *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	
	☐	☐	☐	☐	☐	
Discordo Totalmente						Concordo Totalmente

Os dados serão enviados por e-mail.

Após o tratamento dos dados os mesmos serão enviados por e-mail.

Por favor, escreva seu endereço de e-mail. *

Mediante a sua disponibilidade, gostaríamos de fazer uma entrevista.

Caso tenha disponibilidade a entrevista será agendada para a data e hora que seja mais conveniente. Na linha abaixo pedimos o seu número de contato e indicação da hora mais oportuna para entrarmos em contato.

Número de contato e melhor hora de contato.
