



DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

MESTRADO EM GESTÃO DE EMPRESAS

UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA

“LUÍS DE CAMÕES”

MULHERES EMPREENDEDORAS NA GESTÃO DE EMPRESAS

MOÇAMBICANAS:

NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE

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

Autora: Thandi Reggie Amâncio Nguluve

Orientador: Professor Doutor Carlos Robalo Freire

Número da Candidato: 30007882

Janeiro de 2025
Lisboa

Cuide do seu jardim que as borboletas virão... (Mário Quintana)

Agradecimentos

Aos meus pais (Emília e Amâncio), as minhas irmãs (Wina e Siyanda) e ao Rogério.

Resumo

O empreendedorismo feminino pode ser definido como negócios idealizados, criados e geridos por mulheres, nas quais assumem papéis de liderança com determinação, inovação e foco em resultados. Para além de impulsionar a economia local de forma inclusiva, o empreendedorismo feminino proporciona liberdade e realização pessoal, permitindo que as mulheres desenvolvam negócios alinhados com as suas aspirações. Sendo Moçambique um país em vias de desenvolvimento, muitos jovens enfrentam a problemática do desemprego, tornando o empreendedorismo um dos principais motores da economia local. O empreendedorismo feminino, em particular, contribui para um crescimento económico mais inclusivo, dado que as mulheres constituem a maioria da população moçambicana. O presente estudo analisa o perfil das mulheres empreendedoras moçambicanas, procurando compreender os seus principais desafios e motivações na área do empreendedorismo. Para isso, foi realizada uma pesquisa quantitativa, na qual 130 mulheres moçambicanas responderam a um questionário. A partir dos dados recolhidos, foi possível traçar um perfil destas empreendedoras e identificar se iniciaram os seus negócios devido à identificação de oportunidades no mercado, por necessidade financeira, ou por ambos os fatores.

Palavras-chaves: *Empreendedorismo feminino, Mulher Empreendedora, Empreendedorismo feminino em Moçambique, Motivação empreendedora*

Abstract

Female entrepreneurship can be defined as businesses conceived, created, and managed by women, in which they assume leadership roles with determination, innovation, and a results-driven approach. Beyond fostering inclusive local economic growth, female entrepreneurship provides women with freedom and personal fulfillment, allowing them to develop businesses aligned with their aspirations. As a developing country, Mozambique faces significant youth unemployment, making entrepreneurship one of the main drivers of the local economy. Female entrepreneurship contributes to more inclusive economic growth, as women constitute the majority of the Mozambican population. This study analyzes the profile of Mozambican women entrepreneurs, aiming to understand their main challenges and motivations in the field of entrepreneurship. To achieve this, a quantitative study was conducted, in which 130 Mozambican women responded to a questionnaire. The collected data enabled the development of a profile of these entrepreneurs and an assessment of whether they started their businesses due to market opportunities, financial necessity, or a combination of both factors.

Keywords: *Female Entrepreneurship; Entrepreneur Woman; Female Entrepreneurship in Mozambique; Entrepreneurial motivation*

Índice

Agradecimentos.....	3
Resumo.....	4
Abstract	5
Lista de Siglas e Abreviaturas	11
1 Introdução.....	12
1.1 Justificativa.....	12
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo geral	13
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
1.3 Descrição do Plano de Investigação e da Metodologia	14
Resumo da Estrutura do Texto	16
Parte I – Revisão da Literatura	18
2 Revisão da Literatura.....	19
2.1 Introdução ao Empreendedorismo.....	19
2.2 O perfil do empreendedor.....	21
2.3 Empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade.....	24
2.4 O empreendedorismo e o crescimento económico	28
3 Empreendedorismo em Moçambique.....	31
3.1 A história do empreendedorismo em Moçambique.....	31
3.2 Instituições de apoio ao empreendedorismo em Moçambique.....	33
3.3 O impacto da Covid-19 na Economia moçambicana	34
4 O empreendedorismo feminino	38
4.1 Empreendedorismo feminino e o empoderamento feminino	38
4.2 Motivos do empreendedorismo feminino.....	40
4.3 A relevância do gênero no empreendedorismo (Uma perspetiva financeira).....	45
5 Empreendedorismo feminino em Moçambique	49
Parte II – Estudo Empírico	52
6.1 Método de abordagem, natureza e objetivos	53
6.2 Modelo de análise.....	54
6.3 Esquematização do Modelo.....	54
6.4 Dimensões e variáveis do modelo	55
7 Resultados	60

7.1 Caracterização da Amostra.....	60
7.2 Apresentação dos resultados do questionário.....	61
8 Análise de dados.....	76
9 Síntese dos resultados.....	89
Conclusão.....	92
Limitações do estudo.....	95
Sugestões para investigações futuras	95
ANEXO I – GUIÃO DA ENTREVISTA	106

Índice de tabelas

Tabela 1 Gestor vs Empreendedor	22
Tabela 2 Resumo Empreendedor vs Gestor	24
Tabela 3 Recomendações da GEM.....	28
Tabela 4 Características do Empreendedorismo Feminino	39
Tabela 5 Motivações para empreender: Necessidade versus Oportunidade.....	41
Tabela 6 Tabela da Dimensão 1	57
Tabela 7 Tabela da Dimensão 2	58
Tabela 8 Tabela da Dimensão 3	59
Tabela 9 Outras áreas de atuação das mulheres empreendedoras inquiridas	66
Tabela 10 Motivos pelas quais as mulheres acham que um dia serão capazes de viver apenas do seu negócio	73
Tabela 11 Motivos pelas quais as mulheres acham que um dia não serão capazes de viver dos seus negócios.....	74
Tabela 12 Motivação empreendedora	76
Tabela 13 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e os benefícios em empreender	77
Tabela 14 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e a área de empreendedorismo	78
Tabela 15 Teste Qui-quadrado - Motivação empreendedora e a capacidade de viverem apenas do negócio que criaram.....	79
Tabela 16 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o fator ter encontrado obstáculos ao empreender	80
Tabela 17 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e principal obstáculo ao empreender.....	82
Tabela 18 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o fator serem vistas como incapazes de gerir um negócio	83
Tabela 19 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o fator ter filhos.....	84
Tabela 20 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o grau acadêmico.....	86
Tabela 21 Motivação empreendedora e inovação	87
Tabela 22 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e a Forma de Financiamento	88
Tabela 23 Síntese dos resultados.....	89

Índice de Figuras

Figura 1 Origem dos empreendedores.....	26
Figura 2 Comportamento do PIB em Moçambique	36
Figura 3 Motivos médios totais da atividade empreendedora em estágio inicial por gênero e região	44
Figura 4 As mulheres são prudentes no ato do empréstimo	47
Figura 5 Mulheres apresentam menos riscos.....	48
Figura 6 Fatores impulsionadores e limitadores da motivação empreendedora.....	54
Figura 7 Esquematização das variáveis independentes e da variável dependente.....	55

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Resposta à pergunta "Como te identificas?"	62
Gráfico 2 Resposta à pergunta "Entre estas afirmações qual delas se adequa melhor a sua situação?"	63
Gráfico 3 Resposta à pergunta "Quais são os benefícios que gerir o seu negócio lhe dá? (Selecione todas as opções com que te identifique)"	64
Gráfico 4 Resposta à pergunta "Quando criou o seu negócio preocupou-se em trazer algum tipo de inovação?"	65
Gráfico 5 Resposta à pergunta "Qual é a sua área de atuação?"	66
Gráfico 6 Resposta à pergunta " Qual foi a forma de financiamento do seu negócio?"	68
Gráfico 7 Resposta à pergunta "Já sofreu algum obstáculo ao empreender?"	68
Gráfico 8 Resposta à pergunta "Se sim, quais? (Pode selecionar mais que uma opção)"	71
Gráfico 9 Resposta à pergunta "Já pensou em desistir devido aos obstáculos?"	72
Gráfico 10 Resposta à pergunta "Acha que um dia será capaz de viver apenas do seu negócio?"	72

Lista de Siglas e Abreviaturas

I&D – Investigação e desenvolvimento

INE – Instituto Nacional de Estatística

GBA – Global Banking Alliance

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IVA – Imposto sobre o valor acrescentado

M4 - *Making Markets work for the Poor*

PIB – Produto interno bruto

PQG – Programa Quinquenal do Governo

1 Introdução

O fato de as mulheres empreendedoras em Moçambique estarem a escrever um novo capítulo na economia local, foi o que impulsionou esta dissertação que tem como tema “Mulheres empreendedoras na Gestão de Empresas Moçambicanas: Necessidade ou Oportunidade”.

Segundo as estatísticas do World Bank, Moçambique em 2020 tinha uma população de 31,255,435 habitantes, onde 13,310,127 pessoas estão economicamente ativas e destes, 52% corresponde a mulheres.

Para qualquer país os dois principais objetivos económicos deveriam ser a promoção do crescimento económico e o empoderamento dos seus cidadãos. (Mukokera, 2020, p.2)

Embora existam muitas iniciativas políticas que visam o empoderamento feminino, a desigualdade de gênero continua a ser uma realidade na sociedade moçambicana. Logo, são muitas as mulheres que decidem criar as suas próprias fontes de rendimento. E porque o empreendedorismo está também associado à inovação, justamente por ser um país em vias de desenvolvimento são várias as mulheres que veem nessa situação uma oportunidade para criar e trazer novos produtos/serviços para o mercado moçambicano.

1.1 Justificativa

Devido ao progresso da mulher no mercado do trabalho, o empreendedorismo feminino tem estado em grande destaque, logo torna-se cada vez mais importante identificar a sua importância no cenário económico moçambicano. Ao decorrer da história moçambicana é possível perceber que as mulheres passaram a assumir papéis importantes, que desassociam das tarefas domésticas e estão cada vez mais presentes no mercado empresarial. As mulheres sempre foram consideradas menos capazes de desempenhar papéis de liderança tampouco de gestão – a não ser que fosse gestão doméstica e hoje o cenário tende a ser outro.

O motivador da entrada das mulheres no mercado de trabalho aconteceu no século XX durante a 1ª e a 2ª guerra mundial, sendo que devido ao número elevado de homens enviados para combate e o número de homens mortos durante a guerra fez com que fosse necessário a contratação de mulheres para papéis que antes eram considerados como funções exclusivamente masculinas.

Tendo a mulher ganhar mais espaço no mercado e havendo o surgimento de movimentos feministas, onde as mulheres lutam pelos seus direitos e pela igualdade no mercado do trabalho. (Amorim et al, 2011, p.3)

O Instituto Nacional de Estatística (INE) anunciou que a taxa de desemprego considerada para Moçambique baixou dos 20,7% em 2014/2015 para 17,5% nos anos de 2019/2020, o INE reconhece que exista insuficiências na medição destes dados devido a predominância de “atividades informais e de subsistência”.

Além do empreendedorismo ser uma opção alternativa à falta de emprego predominante no país, o mesmo pode ser efetuado devido a uma necessidade identificada pela empreendedora. Com este estudo pretende-se traçar os incentivos das mulheres moçambicanas no mundo dos negócios.

1.2 Objetivos

Por Moçambique ser um país em vias de desenvolvimento ainda existe muito para ser alcançado, o que constitui uma oportunidade de negócio para os mais atentos e ousados. Mas também por ser um país onde a taxa de desemprego ainda continua alta embora esteja a diminuir com o passar dos anos, vários moçambicanos veem no empreendedorismo a única saída para sua subsistência.

Assim questiona-se:

- O empreendedorismo feminino em Moçambique é motivado por necessidade, oportunidade ou ambos?

1.2.1 Objetivo geral

O principal objetivo deste estudo é traçar o perfil das mulheres empreendedoras em Moçambique, identificando os principais motivos que as levam a empreender: necessidade, oportunidade ou ambos.

Este trabalho procura responder à seguinte questão: Por que motivo as mulheres moçambicanas empreendem? Será por necessidade económica, identificação de oportunidades no mercado, ou

uma combinação de ambos? Além disso, este estudo pretende contribuir para a literatura sobre empreendedorismo feminino em Moçambique, ao apresentar dados quantitativos e reflexões teóricas que aprofundem a compreensão dos fatores que influenciam o fenómeno no contexto moçambicano.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos deste trabalho consistem em:

- Identificar os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras em Moçambique;
- Determinar a proporção de mulheres que empreendem por necessidade, oportunidade ou ambos;
- Explorar as áreas de atuação e as formas de financiamento mais recorrentes entre mulheres empreendedoras moçambicanas;
- Examinar como a inovação está presente nos negócios liderados por mulheres em Moçambique.

1.3 Descrição do Plano de Investigação e da Metodologia

A elaboração de um estudo que se foca no perfil das mulheres moçambicanas empreendedoras é de extrema importância para que se perceba quais são os seus principais desafios e motivações. Dado que é um país que enfrenta diversos problemas económicos, as mulheres veem na criação do seu próprio autossustento uma solução para combater a falta de rendimento. E também por ser um país emergente, existem mulheres que empreendem na tentativa de trazer resoluções para problemas existentes ou introduzir no mercado produtos ou serviços inexistentes. A nível global pelo simples facto de pertencerem ao género feminino, as mulheres empreendedoras apresentam mais desafios ao atuar no mundo económico, visto que ainda enfrentam dificuldades no acesso à informação devido à discriminação ao género na área dos negócios, porém, ainda assim diversas mulheres não desistem de empreender, como é o caso de Moçambique.

Para responder às questões principais desta dissertação, recorreu-se à aplicação de um questionário como instrumento de coleta de dados. Esta escolha deve-se à capacidade do questionário de alcançar um número representativo de mulheres empreendedoras, permitindo uma análise quantitativa sólida dos seus perfis, motivações e desafios. O questionário é um dos sistemas mais usados com o objetivo de adquirir uma base relativamente a uma certa amostra. Durante a construção de um questionário é preciso compreender com certeza o que se pretende, certificando que as perguntas são percebidas da mesma forma por todos os inquiridos e que todos os ângulos das perguntas tenham sido suficientemente explorados. (Bárbara Bäckström, 2008, p.13)

No início do questionário houve uma curta apresentação da estudante de mestrado e da entidade académica, dos objetivos da investigação, da importância do empreendedorismo feminino em Moçambique e as vantagens que estes estudos apresentariam a sociedade moçambicana.

O questionário é composto principalmente por perguntas fechadas, porém algumas são abertas. Um questionário semifechado possibilita interpretar o comportamento das pessoas em certas perguntas de uma forma simples (agilidade e incomplexidade ao responder, boa contextualização das questões e uma interpretação rápida das respostas) e permite também que as pessoas deem uma resposta autônoma e individual. O tipo de questão efetuado neste inquérito tem uma característica aberta, pois existem diversas opções de resposta o que provoca uma dificuldade no tratamento da informação. (Bárbara Bäckström, 2008, p.14)

As perguntas foram elaboradas tendo em consideração o princípio da clareza (limpas, precisas e uniformes), o princípio da coerência (respondem ao propósito da questão) e o princípio da neutralidade (as perguntas não são tendenciosas). As questões são objetivas, evitando que haja mais do que um significado, o que resultaria em diversas interpretações. Não foram elaboradas com base em pressupostos, pois as mulheres inquiridas enquadram-se nos objetos de pesquisa pretendidos. As perguntas com inclinações pessoais, foram efetuadas de forma atenciosa para evitar desconforto por parte de quem respondia.

Resumo da Estrutura do Texto

Este estudo está organizado em vários capítulos, cada um abordando aspectos importantes do empreendedorismo feminino em Moçambique. A seguir, apresenta-se um resumo de cada capítulo, destacando os temas abordados e como a pesquisa é estruturada:

- **Capítulo 1: Introdução**

O primeiro capítulo introduz o contexto do estudo, os objetivos da pesquisa, a justificativa para a escolha do tema e a estrutura do trabalho. Este capítulo fornece uma visão geral do que será explorado na dissertação, preparando o terreno para o desenvolvimento da pesquisa.

- **Capítulo 2: Revisão da Literatura**

Este capítulo apresenta uma revisão detalhada da literatura sobre o empreendedorismo feminino, explorando teorias sobre motivação empreendedora, gênero, empoderamento feminino e os tipos de empreendedorismo (por necessidade e oportunidade). Também são discutidos os fatores que influenciam o empreendedorismo feminino, fornecendo o embasamento teórico para a pesquisa.

- **Capítulo 3: Empreendedorismo em Moçambique**

O capítulo analisa o contexto do empreendedorismo em Moçambique, abordando sua história, as instituições de apoio ao empreendedorismo, e o impacto da Covid-19 na economia local. Este capítulo prepara o ambiente para a análise do empreendedorismo feminino dentro do contexto moçambicano.

- **Capítulo 4: O Empreendedorismo Feminino**

Este capítulo explora o empreendedorismo feminino, focando nos motivos que levam as mulheres a empreender e como o gênero influencia essa decisão. São discutidos aspectos como empoderamento, barreiras enfrentadas pelas mulheres e os benefícios do empreendedorismo feminino, ligando-se às questões do gênero e motivação.

- **Capítulo 5: Empreendedorismo Feminino em Moçambique**

Este capítulo examina as características do empreendedorismo feminino em Moçambique, apresentando dados sobre o perfil das empreendedoras no país e os setores de atuação predominantes. Ele discute os desafios e as oportunidades para as mulheres que empreendem em Moçambique.

- **Capítulo 6: Metodologia**

Este capítulo detalha a metodologia do estudo, incluindo o método quantitativo utilizado, a amostra escolhida, os instrumentos de coleta de dados e o modelo de análise. As hipóteses do

estudo são apresentadas aqui, juntamente com a explicação de como foram formuladas e como serão testadas ao longo da pesquisa.

- Capítulo 7: Resultados

O capítulo apresenta a caracterização da amostra e os resultados obtidos a partir da aplicação do questionário. São discutidos os principais achados sobre o perfil das mulheres empreendedoras, suas motivações e os obstáculos que enfrentam. Aqui, também são apresentadas informações detalhadas sobre os fatores que influenciam o empreendedorismo feminino em Moçambique.

- Capítulo 8: Análise de Dados

Este capítulo contém a análise estatística dos dados coletados, com a aplicação dos testes de Qui-quadrado e a análise das associações entre as variáveis. A análise é feita com base nas hipóteses formuladas e fornece uma interpretação detalhada dos resultados obtidos.

- Capítulo 9: Discussão das Hipóteses e Síntese dos Resultados

Neste capítulo, as hipóteses formuladas são discutidas à luz dos resultados obtidos. A relação entre as variáveis analisadas é explorada de forma detalhada, com uma reflexão sobre como os dados suportam ou refutam as hipóteses.

- Capítulo 10: Conclusões

O capítulo final apresenta as conclusões do estudo, sintetizando os principais achados e as implicações dos resultados para o empreendedorismo feminino em Moçambique. São discutidas também as limitações do estudo e são feitas sugestões para investigações futuras.

sugestões para investigações futuras.

Parte I – Revisão da Literatura

2 Revisão da Literatura

2.1 Introdução ao Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fenômeno que agrega, inova, produz emprego e, consequentemente ajuda no desenvolvimento financeiro. (Nunes et al, 2014, p.3)

A palavra empreendedorismo nasce do termo francês “*entreprendre*” utilizada para reconhecer pessoas que assumem riscos ao criar e beneficiar-se de oportunidades. O espírito empreendedor é um processo onde as pessoas rastreiam possibilidades para realizarem as suas vontades e necessidades pelo meio da inovação. (Santos, 2014, p.5)

Segundo Sosnowski (2018, p.10) o termo empreendedorismo na era moderna foi trazido por um dos principais economistas do século XX que teve um grande contributo no desenvolvimento teórico e prático do empreendedorismo - Schumpeter. Para Schumpeter o empreendedor é a força motriz do desenvolvimento da economia, o principal agente da mudança, que tem a capacidade de gerir um negócio lucrativo mesmo não sendo detentor do capital. O que importa são as suas capacidades, características pessoais e valores para usar os recursos disponíveis a favor do negócio. Ferreira (2015, p.426) acrescenta que o empreendedorismo é um fenómeno dinâmico e presente na sociedade, é uma oportunidade para vir a ter sucesso no futuro.

Saraiva (2015, p.33) associa o empreendedorismo a um conjunto articulado de culturas, atitudes, metodologias, estímulos e ambientes que procuram de forma integrada prover a realização de novos projetos empreendedores que podem ser demonstrados através da condução de ciclos virtuosos que pretendem através do mesmo construir novas realidades organizacionais. O autor cita Hirsch (1998) que explica empreendedorismo como o processo de formar alguma coisa distinta e com valor, facultando-lhe tempo e esforço preciso, considerando os riscos financeiros, psicológicos e sociais necessários e recebendo posteriormente as recompensas resultantes em termos de contexto económico e pessoal. Saraiva acrescenta que a atividade empreendedora inicia com uma visão ou sonho e em seguida por meio do período de conceção e implementação o mesmo vira realidade.

O empreendedorismo pode ser definido como um “processo de procura de novas oportunidades de negócio, geralmente em respostas a solicitações de mercado”. Empreender é o

processo de começar um negócio com os recursos necessários, assumindo os riscos associados e tirar os benefícios dos resultados (Mações, 2018, p.15).

Autores como Brito Silva e Guimarães (2018, p.70) citam Lenzi (2009, p.8) que define empreendedorismo como sendo uma ocorrência de desenvolvimento económico, social e comportamental que guia os empreendedores na direção de alterar situações habituais com visão orientada para o futuro.

Uma das maiores vantagens do empreendedorismo é a possibilidade de fornecer um enorme ganho financeiro pessoal, em circunstâncias em que o empreendedor é efetivamente um ser hábil e consciente das suas habilidades e das suas fraquezas. A possibilidade de geração de autoemprego providencia mais contentamento em termos de flexibilidade para trabalhar. Outra vantagem do empreendedorismo é o desenvolvimento industrial em zonas rurais ou regiões economicamente desfavorecidas. O empreendedorismo impulsiona também a transformação de matéria-prima local em produtos acabados que poderá ser usado para exportação. Contudo, apesar do crescimento económico, do aumento de novos mercados, da competição saudável que culmina na criação de produtos e serviços de maior qualidade, as vantagens do empreendedorismo não são verdades absolutas (Dantas, 2008, p.8).

Para Valenciano e Barboza (2005, p.2), empreendedorismo é a união entre pessoas e sistemas que em simultâneo levam a transformação de ideias em oportunidades e a execução destas oportunidades conduz à criação de empresas de sucesso.

O empreendedorismo é disciplina. É a habilidade de desenvolver e aceitar mudanças (Crocì, 2016, p.32).

Baggio et al. (2014, p.26) explica o empreendedorismo como sendo a arte de realizar com criatividade e motivação. Traduz-se na vontade de fazer com cooperação e inovação qualquer propósito individual ou empresarial, em desafio constante às oportunidades e desafios. É assumir uma conduta proativa diante os problemas que surjam. O empreendedorismo é a busca pelo autoconhecimento, tornando acessível novas experiências e novos padrões, resultando na destruição de antigos conceitos, pois a essência do empreendedorismo está na mudança.

Paiva Jr. (2004, p.59) define empreendedorismo como uma ocorrência social onde o empreendedor relaciona-se com os participantes pertencentes à empresa e ao seu ambiente. O autor

explica que o fenômeno do empreendedorismo se definiu em primeiro com Cantillon (1975) e Say (1816). Na perspectiva de Cantillon, os empreendedores são indivíduos que aproveitam possibilidades de rendimento, assumindo os perigos inerentes à atividade. Enquanto Say confirma que os empreendedores estão ligados à inovação e os identifica como agentes de mudança.

O empreendedorismo é definido como qualquer investida de criação de um novo negócio, de autoemprego, de uma nova instituição empresarial ou o amadurecimento de um negócio já existente (Testas e Moreira, 2014, p.146).

Existem diversos conceitos de empreendedorismo definidos por vários autores e o fator em comum que existe entre todos eles é a estreita ligação do empreendedorismo à inovação e/ou criação.

2.2 O perfil do empreendedor

O perfil do empreendedor é caracterizado por um conjunto de competências, comportamentos e atitudes que o diferenciam de outros indivíduos. Segundo Cubico et al. (2010, p.430), os empreendedores destacam-se pela capacidade de identificar oportunidades, assumir riscos e inovar, enquanto demonstram determinação, autoconfiança e visão estratégica. Em contextos como o de Moçambique, essas características adquirem nuances específicas devido às condições socioeconómicas locais.

Em Moçambique, o governo, através do IPEME, define o empreendedor como “cidadão moçambicano que exerce uma atividade económica e/ou profissional com a finalidade de geração de renda dentro do território nacional”. Esta definição reflete o papel central do empreendedorismo como alternativa à falta de emprego formal, predominando em setores informais onde a criatividade e a resiliência são indispensáveis.

Para Chiavenato (2007, p.7), o empreendedor é um agente de mudança, que responde às expectativas da sociedade ao promover o crescimento económico e social. No entanto, o sucesso de um empreendedor não se limita à criação de negócios; é igualmente dependente da sua capacidade de gerir, estruturar e sustentar a atividade ao longo do tempo. Este processo exige competências em gestão, planeamento e inovação contínua.

De acordo com o Global Entrepreneurship Report (2020/2021), os empreendedores podem ser classificados em diferentes categorias, com base na sua motivação e na natureza das suas atividades. Alguns empreendem por necessidade, devido à falta de alternativas no mercado de trabalho, enquanto outros identificam oportunidades para inovar e criar valor. Independentemente da motivação, o relatório destaca que características como autoconfiança, visão de longo prazo e capacidade de adaptação são comuns entre os empreendedores bem-sucedidos.

Baggio et al. (2014, p.27) reforçam essa visão ao descrever o empreendedor como alguém que transforma desafios em oportunidades, guiado pela inovação e pelo entusiasmo. Esse perfil é complementado por Tajra (2020, p.38), que diferencia o empreendedor do empresário, destacando que o primeiro é impulsionado pela criação de novos negócios e pela transformação de ideias em ações, enquanto o segundo concentra-se na gestão e continuidade do empreendimento.

No contexto moçambicano, o perfil do empreendedor é fortemente influenciado pelas limitações estruturais do país, como o acesso restrito a financiamento e a predominância de atividades informais. Apesar disso, os empreendedores locais destacam-se pela resiliência, criatividade e capacidade de superar adversidades, características que são essenciais para sustentar os seus negócios em um ambiente desafiador.

Dolabela (2008, p.33), também faz a sua comparação entre gestor e empreendedor através da seguinte tabela:

Tabela 1 Gestor vs Empreendedor

	Gestor	Empreendedor
Motivação	Movido pela autoridade	Movido pela independência, autonomia própria
Atividades	Responsabiliza trabalho aos outros	Contribui no trabalho com os outros
Competência	Resume-se em graus académicos e habilidades políticas	Centra-se nas oportunidades, direcionado ao negócio

Fonte 1 Elaboração própria a partir de Dolabela (2008, p.33)

O quadro de Dolabela (2008) apresenta as principais diferenças entre ambos os papéis. Por exemplo, enquanto o empreendedor é movido pela independência e pela visão de criar algo, o gestor concentra-se na delegação de tarefas e na eficiência administrativa. Essa transição ou coexistência dos papéis depende das competências e preferências de cada indivíduo. Existem empreendedores que acumulam as funções de gestão, enquanto outros optam por delegar esta parte para se focarem em novas ideias.

Dolabela (2008) acrescenta que não existem empresas sem empreendedores, pois são eles que criam as empresas. O empreendedor está frequentemente associado à fase inicial de um negócio, onde a inovação e a identificação de oportunidades são predominantes. Já o gestor é mais focado na administração do dia a dia e na sustentabilidade do negócio. No entanto, essas diferenças não significam que um papel se opõe ao outro. Pelo contrário, em muitos casos, o empreendedor transforma-se em gestor à medida que o negócio cresce e se desenvolve.

No mercado atual é possível encontrar diversos casos de empreendedores que têm a habilidade de constituir empresas, mas que apresentam limitações na hora de geri-las. O que sucede em empresas que se erguem e crescem demasiado rápido, porém, morrem muito rápido também, devido a fraca administração (Dantas, 2008, p.8).

Jean-Baptiste Say é considerado um dos primeiros a definir as funções do empreendedor, para o economista empreendedor é quem “coordena” a produção e disposição ao contrário daquele que apenas gere riscos e incertezas (Bittar, 2014, p.68).

Para Valenciano e Barboza (2005, p.3), empreendedores são pessoas diferentes que contêm uma motivação distinta, com amor pelo que fazem, que não se concentram em serem reconhecidos, admirados ou referenciados, mas que se preocupam em deixar um legado. Acrescenta que empreendedor é o indivíduo que identifica uma oportunidade e concebe um negócio para gerar lucros, assumindo os riscos presentes.

O empreendedor é uma pessoa que admite riscos, visto que combate situações indeterminadas de uma forma positiva e procura vê-las como uma oportunidade de negócio. Diante de uma situação sem êxito o empreendedor não interpreta como um fracasso, mas sim como um aprendizado e busca obter outras formas de motivação. São pessoas adiantadas e buscam por novos resultados e produtos de forma contínua, agregam formas de produção inovadoras, assumem e

concebem estratégias competitivas, comandam empresas e gerem as suas equipas a trabalhar em benefício da empresa (Testas e Moreira, 2014, p.143).

Concluindo, o empreendedor é o indivíduo que tem a capacidade de identificar uma oportunidade e fazer dela um negócio de sucesso, responsabilizando-se pelos riscos associados e auxiliando no desenvolvimento social e financeiro, as principais diferenças entre o empreendedor e o gestor estão na tabela baixo:

Tabela 2 Resumo Empreendedor vs Gestor

Empreendedor	Gestor
Definição	
Dá início a um projeto por causa de uma ideia de negócio	Gere um negócio já existente
Criatividade e Inovação	
Alto	Baixo
Foco	
Pensa em começar e desenvolver uma ou mais iniciativas de negócio	Pensa na gestão diário do negócio
Recompensa	
A recompensa que recebe após todo o trabalho efetuado	Salário mensal
Postura	
Informal e social	Formal
Principais características	
Determinado, confiante, motivado, obstinado, criativo e outros	Conhecimentos sólidos em gestão

Fonte 2 Elaboração própria através de Martis et al (2021)

2.3 Empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade

Segundo Bona (2019), o empreendedorismo por necessidade está geralmente associado a condições socioeconómicas precárias, falta de emprego formal e necessidade de subsistência. Esse tipo de empreendedor tende a operar em setores de baixo rendimento, com recursos limitados e maior dependência do mercado local. Por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade está relacionado à identificação de lacunas no mercado e à exploração de novas ideias, o que

frequentemente resulta em negócios mais inovadores e estruturados, com maior potencial de crescimento.

No entanto, Sarkar (2010, p.77) argumenta que empreendimentos criados apenas por necessidade podem apresentar menor resiliência a longo prazo. Essa limitação ocorre devido à falta de planejamento estratégico e recursos, que são frequentemente mais acessíveis a empreendedores movidos por oportunidades. Apesar disso, mesmo negócios iniciados por necessidade podem evoluir para modelos mais sustentáveis e inovadores, desde que apoiados por políticas públicas e programas de capacitação.

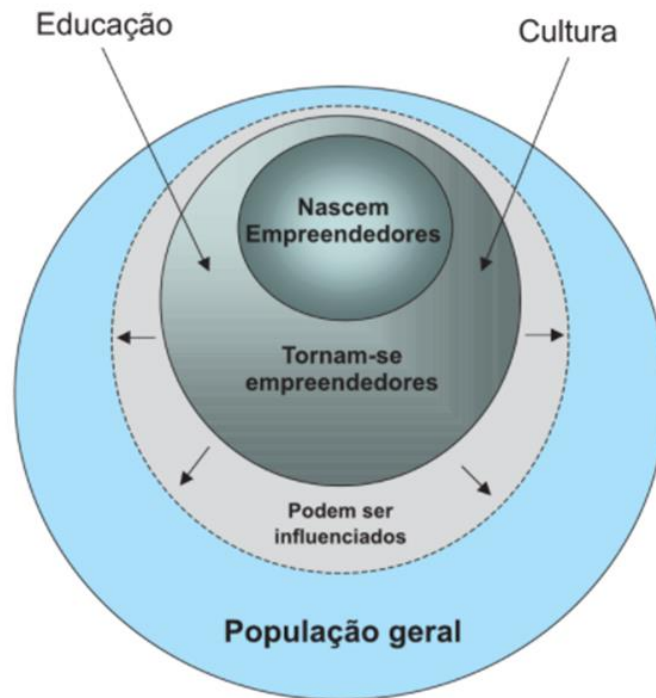
Marques (2022) corrobora a teoria de Bona acrescentado que o empreendedorismo por necessidade se sucede quando o indivíduo não consegue identificar outras formas de garantir o seu sustento, então vê no autoemprego uma solução para conseguir independência financeira. Caracteriza um empreendedor por necessidade como alguém que não dispõe de capital excessivo para poder iniciar a sua atividade, não têm habilidades comerciais e possui pouca experiência profissional e encontra no empreendedorismo uma forma de obter equilíbrio financeiro e pessoal. O autor explica empreendedorismo por oportunidade como a identificação de uma necessidade ou vontade na comunidade. As pessoas que decidem empreender por este motivo, dispõem de conhecimentos que podem ser usados a favor do mercado. São pessoas que dispõem de algum capital para iniciar o negócio e de habilidades comerciais. Empreendem de forma planejada e estratégica, diferente dos que empreendem por necessidade. São indivíduos observados e atentos às necessidades do mercado.

Indivíduos que se encontram desempregados já há algum tempo podem ver no empreendedorismo a única possibilidade para voltar a ter rendimento, buscando contornar a falta de emprego, ao invés de pensar em criar um negócio inovador. Questões familiares, horários mais flexíveis suportam o empreendedorismo por necessidade. E os motivos para empreender quer por necessidade ou oportunidade estão associadas às condições socioeconômicas das pessoas (como a idade, a escolaridade e o rendimento familiar atual). (Martins, 2021, p.16)

Sarkar (2010, p.77) reforça esta reflexão ao argumentar que, se ser empreendedor for simplesmente trabalhar por conta própria, então o empreendedorismo estará inevitavelmente associado à necessidade. O autor questiona, por exemplo, se um rapaz que engraxa sapatos em Maputo pode ser considerado um empreendedor, salientando que, em países de baixa renda, o

empreendedorismo é muitas vezes impulsionado pela sobrevivência. No entanto, para Sarkar, o verdadeiro empreendedor é aquele que inova, contribuindo para a transformação dos mercados, em linha com as definições clássicas de Schumpeter e Drucker. Desta forma, o autor distingue claramente entre criar um negócio e ser, de facto, um empreendedor.

Figura 1 Origem dos empreendedores



Fonte 3 Empreendedorismo e Inovação (Sarkar, 2010, p.77)

A figura 1, apresentada por Sarkar (2010, p.77), aprofunda esta análise ao ilustrar as diferentes origens dos empreendedores. A maioria surge por influência de fatores externos, como a cultura e a educação, que moldam comportamentos e atitudes ao longo do tempo. Outro grupo desenvolve competências empreendedoras em resposta a desafios e oportunidades que encontram ao longo das suas vidas. Finalmente, existe um grupo mais reduzido de indivíduos com características inatas para empreender, ou seja, aqueles que nascem com uma predisposição natural para inovar e criar valor. Este modelo ajuda a compreender como as trajetórias pessoais e contextos socioeconómicos influenciam o perfil do empreendedor.

Dantas (2008, p.6), cita Falcão (2008, p.1) que identifica 4 principais motivos para empreender:

- Por necessidade: Quando as pessoas não têm alternativas de inserção na economia formal e recorrem ao empreendedorismo como única forma de garantir a subsistência. Nesse contexto, os indivíduos exercem atividades de sobrevivência em condições económicas adversas, sem grandes oportunidades de crescimento.;
- Por vocação: Quando as pessoas têm acesso às oportunidades do mercado e desenvolvem a capacidade de identificar oportunidades e calcular riscos. O mercado, neste caso, aprimora a essência empreendedora, permitindo o desenvolvimento de negócios planejados e com maior potencial de sustentabilidade;
- Por inércia: Quando os negócios são sustentados por relações já existentes ou por herança. Um exemplo típico é o de empresas familiares que passam de geração em geração, sem que os novos gestores tenham, necessariamente, competências empreendedoras. Apesar disso, o relacionamento pré-existente ou a “boa alma” do empreendimento muitas vezes garante a sua continuidade;
- Por conhecimento Descrito como “a forma de empreender do futuro”, este motivo está ligado ao aprendizado contínuo e à aplicação do conhecimento. Para Falcão, o conhecimento permite unir a intuição empreendedora ao raciocínio estratégico, dando origem a negócios mais inovadores e sustentáveis. A expressão “o aprendizado une o espírito animal” refere-se à combinação entre o impulso criativo e o domínio técnico, fundamentais para enfrentar os desafios do mercado.

Autores como Carranza et al. (2018, p.10) acreditam que o empreendedorismo feminino é movido por resultados não económicos diferente dos homens. Isto porque em diversos estudos, mulheres apontam como o motivo para empreender a vontade de ter controlo pelas suas próprias vidas, construir relações com clientes e fazer algo que as preencha internamente. Enquanto homens são movidos pelas necessidades económicas (a necessidade de aumentar a renda familiar) e não pelas oportunidades (ex: ideia criativa para um novo negócio).

Contudo, este padrão pode variar significativamente em função do contexto. Em África, por exemplo, as mulheres são frequentemente as principais responsáveis pelo sustento da família e pela educação dos filhos, o que pode tornar a motivação económica um fator igualmente ou até mais

relevante. Assim, no contexto moçambicano, é provável que as mulheres empreendam tanto por razões económicas quanto por outras motivações, como a busca por equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. A combinação de fatores sociais, culturais e económicos deve ser considerada ao analisar as motivações das empreendedoras na região.

2.4 O empreendedorismo e o crescimento económico

Existem três formas de medir o empreendedorismo em uma região através de: taxa de empregabilidade, taxa de rotatividade e número de invenções patenteadas. Estes indicadores descrevem a alma do empreendedorismo e o espírito inovador. (Chen et al, 2018,p.2)

Dolabela (2008, p.27) defende que o crescimento económico sustentável resulta do tipo de empreendedorismo de uma determinada comunidade. Acrescenta que os relatórios produzidos pela GEM apontam que o empreendedorismo é o fator essencial para o desenvolvimento económico de um país. As recomendações resultantes das pesquisas do GEM para os países que procuram por uma economia desenvolvida centra-se nos seguintes pontos:

Tabela 3 Recomendações da GEM

Apoiar o empreendedorismo local e expandir a atividade empreendedora deve ser prioridade política ou de organizações governamentais que buscam viabilizar o desenvolvimento económico.

Incluir nos sistemas de ensino de todos os níveis (básico, médio e superior) programas de conhecimentos e competências para a criação de um empreendimento.

A inclusão de mulheres no âmbito empreendedor resultará em criações de novas empresas de forma rápida e mais criativa.

Fonte 4 Elaboração própria a partir de Dolabela (2008, p.27)

De acordo com Paul Reynolds, um dos condutores dos relatórios do GEM, os estudos efetuados pela organização oferecem provas claras que a principal ação de qualquer governo que pretende possibilitar um aumento económico traduz-se em estimular e apoiar o empreendedorismo local, e este deve ser um dos principais objetivos políticos. A pesquisa assegura que o

empreendedorismo provoca uma grande diferença no sucesso económico de um país, e que um país que não apresenta índices elevados de criação de novas empresas está sujeito ao risco de paralisação económica.

Abramovitz (1989, p.49) define crescimento económico como sendo a habilidade que um país tem em gerar riqueza através dos bens e serviços que produz e acrescenta que só se pode considerar que existe crescimento económico quando os cidadãos deste país dispõem de uma boa qualidade de vida.

Para alguns autores o crescimento económico está associado ao desenvolvimento de um país. Ao buscar-se o desenvolvimento económico procura-se por mais pessoas com formação, mais exportação de produtos locais, mais anos de vida para os cidadãos locais e outros. Consequentemente, a busca pelo crescimento está relacionada com se ter mais, sem se importar com a qualidade do acréscimo. E por isso, são considerados desenvolvidos os países que produzem continuamente. Mesmo com a controvérsia que existe e embora o crescimento económico não seja suficiente para medir o desenvolvimento de um país, é uma condição para superar a pobreza e para construir um padrão digno de vida (Oliveira, 2002, p.39).

O principal objetivo económico de uma nação centra-se na melhoria da qualidade de vida dos seus cidadãos e na evolução da sua economia em um todo. Historicamente, existem duas principais teorias em volta do crescimento económico: crescimento endógeno e crescimento exógeno.

Solow (1956, p.65) debate que o crescimento económico deriva do efeito de diversos conjuntos, dentre os quais: o capital físico, o desenvolvimento tecnológico e o aumento do trabalho. Robert Solow que foi um dos autores mais destacados nesta linha de estudo, desenvolveu um modelo a longo prazo de crescimento económico de forma fundamentada e equilibrada sem a interferência direta do Estado. O modelo exógeno de Solow acredita que o Estado não é importante para o crescimento económico.

No seu modelo exógeno, Solow (1956, p.73) clarifica que a poupança, o aumento demográfico e o desenvolvimento tecnológico influenciam no crescimento a longo prazo, sendo que um aumento na taxa de poupança resulta em um crescimento mais elevado e o desenvolvimento tecnológico resulta no crescimento do PIB *per capita*. Sem desenvolvimento tecnológico o PIB *per capita* será zero.

Enquanto para Silva Filho e Silva Carvalho (2001, p.479), o crescimento só existe através de quatro fatores que compõem o modelo endógeno: o capital físico, o capital público da infraestrutura (ao investir em telecomunicação, transporte, educação e outros, o estado aumenta a produtividade nas empresas privadas) a I&D (a inovação e o desenvolvimento de novos produtos conduzidas por intermédios económicos geram benefícios que produzem crescimento económico) e o Capital Humano (com o aumento de pessoas formadas em um nação, a mesma desenvolve e apresenta crescimento económico).

O modelo endógeno acredita que o Estado tem um papel fundamental no crescimento económico, pois o Estado pode impulsionar o crescimento através do incentivo ao investimento. (Embaló, 2013, p.23)

Consolidando a informação relativa ao crescimento económico, percebe-se que o empreendedorismo nos dois tipos de modelos está patente. Pois ambos defendem que para se observar o nível de crescimento económico em uma nação olha-se para os bens e serviços que o país tem a capacidade de produzir. Tal como defende o autor Embaló (2013, p.24) o empreendedorismo é a força motriz do crescimento económico, porque com a entrada de novos produtos e serviços no mercado e desenvolvendo a tecnologia, o empreendedorismo cria emprego e proporciona riqueza.

3 Empreendedorismo em Moçambique

3.1 A história do empreendedorismo em Moçambique

Muito tem se falado acerca de empreendedorismo em Moçambique, pois é o sonho de diversos jovens terem o seu próprio negócio diante da instabilidade económica e política que o país atravessa. O empreendedorismo sempre esteve presente durante a história de Moçambique, tendo iniciado na época das tribos e em seguida durante a colonização pelos portugueses até a época da industrialização.

Na época das tribos, o empreendedorismo manifestava-se através do comércio de bens como sal, marfim, tecidos e especiarias. Estas atividades eram realizadas em mercados locais e regionais, muitas vezes baseadas em trocas diretas. A característica principal deste tipo de empreendedorismo era a subsistência, com uma forte dependência dos recursos naturais disponíveis e das necessidades imediatas da comunidade.

Durante a colonização portuguesa, o empreendedorismo foi marcado por uma dualidade. Enquanto os colonizadores introduziram estruturas formais de comércio e negócios focados na exportação de recursos (como algodão, cana-de-açúcar e minerais), os moçambicanos muitas vezes se envolveram em atividades económicas informais, como a venda de produtos agrícolas e a prestação de serviços manuais. As características principais deste período incluem a exploração, a desigualdade de acesso às oportunidades e a predominância de atividades informais para a subsistência das populações locais.

Na época da industrialização, especialmente durante o período pós-independência, houve esforços para modernizar o setor económico, incluindo iniciativas estatais para promover o desenvolvimento de indústrias locais. Contudo, devido à instabilidade política e económica, muitos destes projetos não prosperaram.

Só foi a partir do ano 2002, com a estabilização do país, que se intensificou a prática do empreendedorismo (Franco, 2019).

Em Moçambique, o diálogo anual entre o governo e o setor privado tem como objetivo melhorar a cultura de empreendedorismo local, promovendo iniciativas que impulsionem o desenvolvimento económico e social. Atualmente, o Governo moçambicano criou um programa

quinquenal (2020-2024) que tem como perspectiva a dinamização da produtividade da economia, a criação de emprego e a promoção de empreendedorismo e inovação tecnológica juntos às PME. O principal motivo do PQG é impulsionar o crescimento económico, a produtividade e a geração de emprego. Segundo Mussagy et al (2015, p.3) às PME em Moçambique desempenham um papel importante na diminuição da pobreza através do aumento da produção, criação de postos de trabalho e “geração de renda acrescida para a população de baixa renda”.

Os empreendedores de países em vias de desenvolvimento ao criarem empresas desempenham um papel essencial na transformação de uma economia de baixos rendimentos para uma economia moderna.

Permitindo que os empreendedores desses países:

- participem na produção de postos de trabalho;
- aumentem o número de trabalhadores por conta própria;
- aumentem o número de proprietários de empresas;
- contribuam na competitividade do país;
- estimulem a criatividade e inovação.

O Instituto Nacional de Estatística (INE) anunciou que a taxa de desemprego considerada para Moçambique baixou dos 20,7% em 2014/2015 para 17,5% nos anos de 2019/2020, o INE reconhece que exista insuficiências na medição destes dados devido a predominância de “atividades informais e de subsistência”. As formas de empreendedorismo predominantes no país, consideradas “atividades informais” são uma alternativa à falta de emprego predominante no país.

Para Franco (2019), os problemas que o país enfrenta, tais como crises políticas e financeiras, ameaças em meio à concorrência, legislações pouco eficazes e bastante burocráticas, suportes escassos para o empreendedor, entre outros, fazem com que a cultura de empreendedorismo em Moçambique seja predominantemente por necessidade, e não pela identificação de oportunidades, como acontece em outros países. O autor ainda cita Fakir (2015), que relembra que Moçambique é um país em transição, onde, durante a época colonial, os negócios eram majoritariamente realizados pelos colonos. Após a independência, o país adotou “um regime socialista onde a iniciativa privada era limitada por força das circunstâncias”.

3.2 Instituições de apoio ao empreendedorismo em Moçambique

Embora Moçambique apresente diversos desafios económicos, existe um grande empenho de diversas organizações (tanto governamentais como não governamentais) com o objetivo de impulsionar a economia local, fornecendo ajuda técnica, educacional e financeira, que permite com que os empreendedores desenvolvam novos projetos aumentando a qualidade dos produtos e serviços moçambicanos. Em meio a várias organizações que apoiam o empreendedorismo em Moçambique, destacam-se as seguintes:

ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários: A ANJE é uma organização não governamental destinada a jovens empresários que pretende ajudar na fomentação dos produtos, serviços e políticas públicas que auxilia na criação, na formação e desenvolvimento dos negócios. A organização já financiou 250 projetos, conta com 1524 membros, contém 5 delegações nacionais e já realizou 8 conferências. A entidade junta empreendedores de todos os setores de atividade nacionais que buscam proporcionar as ferramentas precisas para a elevação das ideias de negócio dos jovens.

AJAP – Associação de Jovens Agricultores Portugueses: Embora seja uma cooperativa portuguesa, a associação atua também em Moçambique sendo o primeiro país a ser escolhido dentro dos PALOP's. Visa apoiar na evolução dos investimentos no setor agrícola, fornecendo suporte técnico na produção bem como na gestão de projetos.

CEPAGRI – Centro da Promoção da Agricultura: É uma entidade que apoia investimentos novos no setor da agricultura, buscando impulsionar políticas, programas e serviços de ajuda aos agenciadores económicos que representam esta esfera. Contribuem também na disseminação de oportunidades, tais como fundos de apoio e controlam os investimentos de forma a obter-se prosperidade.

CPI – Centro de Promoção de Investimentos: A CPI é uma entidade governamental que foi formada para o desenvolvimento de projetos inovadores e competitivos para a situação financeira do país. Tem como missão viabilizar a atração e retenção do investimento direto nacional e internacional. É uma organização que atua em diversos setores económicos e que deve ser considerado no ato de realização de investimentos no exterior.

GAIN – Global Alliance for Improved Nutrition: A GAIN é um organismo internacional que se conduz sobre a perspectiva de um mundo sem desnutrição, onde toda a comunidade tem acesso e direito a alimentos nutritivos e seguros. Esta instituição ajuda empresas no desenvolvimento de projetos revolucionários por meio de suporte financeiro e mentoria na administração dos novos projetos.

IPEME – Instituto para Promoção de Pequenas e Médias Empresas: É uma instituição pública moçambicana, bastante ativa que tem como missão incentivar a “implementação, a consolidação e o desenvolvimento de empreendimentos de pequeno porte em Moçambique”. É a instituição que mais impulsiona novos projetos nacionais, operando nas áreas de informação e consultoria empresarial, auxílio ao financiamento, formação de novas empresas e impulsão do empreendedorismo.

ideaLab – É uma empresa criada em Moçambique no ano de 2010 com o objetivo de guiar empreendedores, ajudar no crescimento de *start-ups* auxiliar no desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas e, estimular o empreendedorismo e a inovação. Uma das iniciativas mais importantes criadas pela ideaLab que já vai na sua 5ª edição é a “Ideate Bootcamp” que busca impulsionar o empreendedorismo e a criação de novas ideias. Durante 3 dias, os participantes desenvolvem novas ideias e criam atitudes que os permitam criar negócios de valor.

WIN – Women in Business: É uma associação que busca melhorar o crescimento económico em Moçambique através do empreendimento feminino. A organização ajuda negócios que são governados por mulheres com objetivo de expandir os seus ganhos através da melhoria dos compradores, fornecedores e encaminhando as desproporções por género nas operações comerciais. A WIN tem objetivo de identificar oportunidades para as mulheres, obter parceiros de negócio, adotando a estratégia de sistema de mercado “M4P” que pretende fazer com que os mercados funcionem para os pobres.

3.3 O impacto da Covid-19 na Economia moçambicana

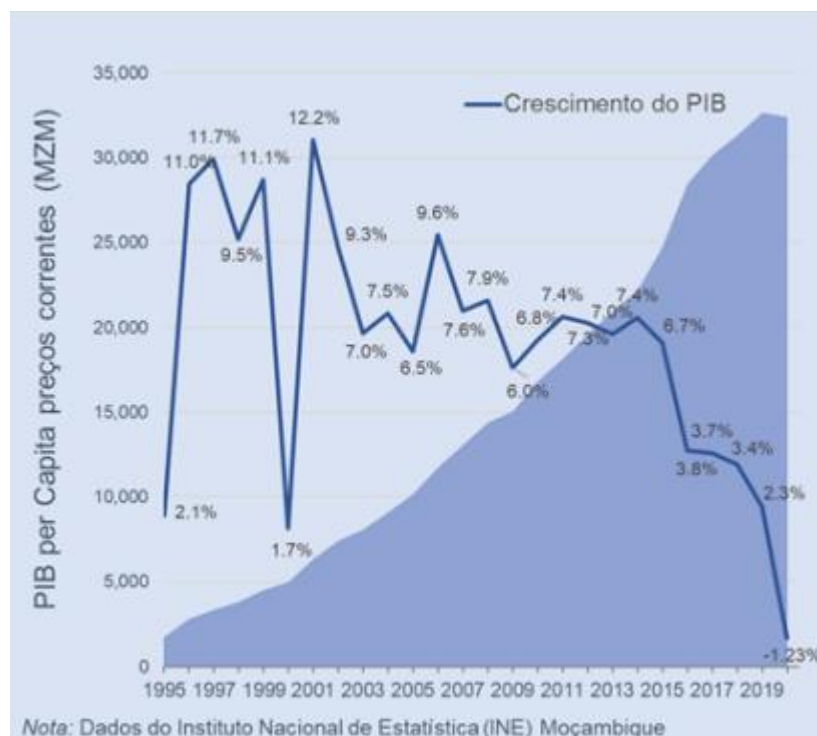
Tempo difíceis testam as competências empreendedoras das pessoas, e apesar de os desafios na área do empreendedorismo serem constantes, existem surpresas que vão para além do esperado. A pandemia separou empreendedores “vencedores” dos empreendedores “perdedores”, visto que

a capacidade de cada pessoa é testada na habilidade de poder responder de forma rápida e eficaz às novas realidades tomando decisões objetivas. A mudança no contexto socioeconômico sujeitou os empresários a um ajuste nas suas atividades, a COVID-19 obrigou os empresários a mudarem os seus comportamentos e decisões (Lungu & Bogoslov, 2020, p.36).

Por causa da COVID-19 globalmente a intenção das mulheres em empreender diminuiu de 19,1% em 2019 para 16,7% em 2021. E a redução foi mais predominante em países de baixa renda. Contudo, nos países com renda média-alta a “taxa de intenção em iniciar um negócio” aumentou de 4% (2019) para 11% (2019). Em geral, a taxa de saída de negócios do género feminino aumentou de 2,9% para 3,6% durante o período da pandemia. Em países africanos e do Médio Oriente, mulheres em estágio inicial de negócio foram mais afetadas pela pandemia do que mulheres que já tinham negócios estabelecidos (GEM 2021/2022).

O primeiro caso de COVID-1 foi em Março de 2020, assim como em todo o mundo a pandemia provocou um impacto social e económico expressivo em Moçambique. Segundo o relatório efetuado pelo Governo de Moçambique acerca do impacto socioeconómico da COVID-19 na economia informal urbana moçambicana, chegou-se à conclusão de que a nível macroeconómico o país apresentou a sua primeira redução económica em 30 anos. Tendo o Produto Interno Bruto (PIB) caído de 1,23% tal como mostra a seguinte figura do Instituto Nacional de Estatística.

Figura 2 Comportamento do PIB em Moçambique



Fonte 5 Instituto Nacional de Estatística de Moçambique

Os sectores mais afetados foram os de turismo, transportes, serviços, indústria transformadora e construção. Em termos de atividade económica as exportações diminuíram 15% e as importações diminuíram 0.4% no ano de 2020. Um dos principais motivos da diminuição da atividade económica em Moçambique, foram as medidas de prevenção da COVID-19 impostas pelo governo. Estas medidas impostas durante o estado de emergência consistiram em redução do horário laboral, a proibição de certas atividades comerciais tais como: ginásios, pontos de venda de álcool informal e outros, limitação da mobilidade, controlo excessivos de cargas e viagens nacionais e internacionais e várias outras medidas. Várias empresas foram extremamente afetadas pela pandemia. Em um inquérito efetuado pelo INE, identificou-se que das 89.000 empresas existentes em Moçambique, 2.3% fecharam devido a pandemia entre os meses de Abril e Julho de 2020, o que causou uma perda de 43.000 empregos. Estas ocorrências acontecem em uma economia que por si só já é fraca e apresenta um setor empresarial débil. Sem contar que em 2019 a situação economia do país foi atrasada devido a passagem dos ciclones Desmond, Idai e Kenneth nas zonas

Centro e Norte do país, o que resultou em uma diminuição das receitas fiscais, redução na quantidade de exportação e importação e a redução dos níveis do Investimento Direto Estrangeiro, o que culminou na redução do crescimento económico.

Como resolução destes impactos o governo moçambicano adotou diversas medidas com o objetivo de abrandar a situação que as famílias e as empresas estavam a enfrentar. A nível familiar as medidas implementadas foram: a entrada da isenção no pagamento do Imposto sobre o valor acrescentado (IVA) e dos impostos de importação, houve uma redução de 10% nas taxas de eletricidade assim como prazos mais alargados para o pagamento de faturas de água e isenção de pagamento para os consumidores de baixo consumo. Para as empresas o governo adiou o pagamento dos impostos sobre as sociedades (apenas aplicável para empresas com 2.5 Milhões de MZN como volume de negócio), houve também uma redução de 10% nas taxas de eletricidade, houve a possibilidade de compensar os créditos do IVA com outros impostos, houve suspensão dos tarifários de comunicação, alargamento no prazo do pagamento de dívidas fiscais e outros. Introduziu-se uma linha de empréstimo de 22.9 Milhões de dólares para apoiar as pequenas e médias empresas e o Banco de Moçambique reduziu as taxas de juro e as exigências regulamentares bancárias, colaborando para o aumento da liquidez no sector financeiro.

Atualmente a economia moçambicana tem estado a melhorar face à contração económica verificada em 2020 sujeitos dos problemas resultantes da COVID-19, os ciclones e os conflitos políticos. Conforme as Perspetivas Económicas Africanas de 2022, o PIB em 2021 cresceu 2.2% após a contração de 1,23% verificada em 2020, o que culminou com a regeneração da agricultura e mineração recuperando a atividade de importação. Espera-se que o PIB alcance 3.7% em 2022 e 4.5% em 2023.

4 O empreendedorismo feminino

4.1 Empreendedorismo feminino e o empoderamento feminino

O empreendedorismo feminino contribui positivamente na criação de novos postos de trabalho, produtividade, independência familiar e na igualdade dos gêneros. No início dos anos 90, não se ouvia muito do assunto, contudo existiam diversas mulheres a assumirem cargos de empresárias de sucesso, logo passou-se a usar o termo “empreendedorismo feminino” para classificar aquelas mulheres que empreendem. Existem diferenças de gêneros que influenciam nos fatores sociais entre homem e mulheres, onde os homens representam hierarquicamente superioridade sobre a mulher, considerando que as mulheres, além de cumprirem funções ligadas à família, contribuía significativamente para o sustento alimentar, enquanto o homem trabalhava e providenciava o rendimento financeiro da casa. Em um contexto social, os homens são considerados os responsáveis pela família, os chefes, os autônomos e os retos. Enquanto as mulheres são as responsáveis pela casa, os filhos e as tarefas domésticas. E esta desvalorização do gênero feminino influencia no setor empresarial. E atualmente as mulheres procuram minimizar gêneros e aumentar os resultados. (Abrahão, 2019, p.49)

Ao decorrer dos anos, as mulheres têm conquistado espaço em diversas áreas profissionais e o mesmo acontece na área do empreendedorismo, diversas mulheres recorrem ao empreendedorismo como forma de emancipação.

O empreendedorismo, segundo Machado (2012), citado por Teixeira et al (2016, p.46), sempre foi visto como uma atividade tradicionalmente masculina, sobretudo se o mesmo se dedica a áreas não consideradas femininas. Demonstrando que o ambiente sociocultural executa uma influência que dificulta a ascensão feminina na área empreendedora.

Além de contribuir para a estabilidade e o bem-estar no meio da comunidade, o empreendedorismo feminino concede oportunidades económicas à pessoa de grupos desfavorecidos, englobando as mulheres e as minorias. Embora em certos países em vias de desenvolvimento, ainda existam mulheres analfabetas e que vivem em condições precárias, isto não as impede de contribuir na economia local e tornarem-se empreendedoras. A criação de pequenos negócios permite que as mesmas melhorem as suas vidas. A contribuição das mulheres

no desenvolvimento económico de uma sociedade permite maior inclusão humana, cooperativo, balanceado e agradável em empresas geridas por mulheres (Ascher, 2012, p.100).

O empreendedorismo feminino é definido por Hapsari & Soeditaningrum (2018, p.3) como sendo a possibilidade da mulher de participar na resolução e na gestão de empresas autónomas, onde o objetivo é criar o seu próprio negócio e desse modo ajudar na diminuição da pobreza, com o intuito de aumentar as receitas locais e posteriormente ajudar no desenvolvimento local.

Autores como Bolson et al. (2018, p.89) citam diversos autores para caracterizar o empreendedorismo feminino:

Tabela 4 Características do Empreendedorismo Feminino

Santos et al. (2014)	O empreendedorismo feminino cria emprego e promove novidade, colaborando para o aumento socioeconómico de uma nação.
Souza; Covirno; Lopes (2012)	A habilitação da mulher não ocorre da mesma forma que a do homem. O homem vê o trabalho como a sua atividade principal, mas a mulher define a sua vida empresarial tentando consolidar todos os aspetos da sua vida, tais como familiar, ambições e projetos na vida profissional.
Loiola (2016)	O empreendedorismo feminino é visto com uma alternativa a geração de trabalho e receitas, de forma que as mulheres possam alcançar a satisfação pessoal, enquanto gerem o seu tempo, futuro e vida profissional. Contudo, ainda devem se preocupar com a sua vida doméstica, buscando através do trabalho, organizar os seus diversos horários e gerir a vida familiar e empresarial.

Fonte 6 Elaboração própria a partir de Bolso et al. (2018, p.89)

A entrada das mulheres no mercado de trabalho trouxe novos comportamentos empresariais pouco racionalistas e mais humanos na convivência com as pessoas. Embora ainda haja desigualdade, as mulheres têm de forma significativa conquistado o mercado e aos poucos se desassociando de serem *experts* em tarefas domésticas, mas a serem *experts* no ato de fazer negócio de forma mais humana (Silva e Guimarães, 2018, p.59).

Acrescendo a opinião de Silva e Guimarães, de modo geral as mulheres têm como característica natural mais sensibilidade, empatia, envolvimento e desejo de ajudar. E estas características influenciam que as mulheres tenham mais sucesso em relação aos homens na área empresarial. Em setores como os de serviço, que são os setores mais predominantes do gênero feminino, estas características influenciam de forma positiva pois possibilita uma interação diferenciada e inovadora (Amorim & Batista, 2012, p.6)

A Covid-19 causou impacto no empreendedorismo feminino no mundo todo. E trouxe novas possibilidades para diversos empresários. No Canadá, cerca de um terço das mulheres em fase inicial de empreendedorismo identificaram mais oportunidades em relação aos homens. O mesmo nos Estados Unidos. Uma em cada 5 mulheres na fase inicial de um negócio nos Estados Unidos, durante o ano de 2021 abraçaram as novas tecnologias. E no Canadá 3 em 5 mulheres usaram as novas tecnologias para inovar nos seus novos negócios. Em ambos os países as mulheres estavam mais propensas às novas tecnologias do que os homens (GEM). O que nos faz perceber que muitas mulheres identificaram novas oportunidades de negócio durante a pandemia, trazendo soluções para o momento que se vivia.

4.2 Motivos do empreendedorismo feminino

O relatório da GEM 2021/2022 demonstra que os níveis de atividade empreendedora dependem do gênero, idade e nível de escolaridade. Na maioria das economias, os homens estão mais propensos a iniciar um negócio do que as mulheres, pessoas mais jovens têm mais probabilidade de começar a empreender do que as gerações mais velhas e pessoas que possuem uma licenciatura estão mais propensas a abrir um negócio do que as pessoas não graduadas. Contudo, isto só é patente em países com ótimas economias e bons cenários sociais. Em países em

vias de desenvolvimento o cenário é outro. Países que enfrentam, desafios globais, mudanças climáticas, economias fracas e problemas de poluição, as pessoas tendem a procurar soluções para os seus problemas, o que faz com que nasça todo o tipo de empreendedor independentemente do gênero, escolaridade e idade.

As perspectivas mais tradicionais das motivações para empreender classificam-se por necessidade categorizadas por alguns autores como *push* ou por oportunidade classificada como *pull*. Sendo assim, há quem empreende porque é a melhor alternativa disponível e há quem empreende por vontade porque identificou uma alternativa no mercado.

Tabela 5 Motivações para empreender: Necessidade versus Oportunidade

Motivações para empreender por necessidade (Empreendedores Push)	Motivações para empreender por oportunidade (Empreendedores Pull)
☐ Falta de emprego ou desagrado pelo emprego atual	☐ Identificação de uma ideia de negócio
☐ Baixas possibilidades de progressão na carreira atual	☐ Vontade de ter maior rendimento financeiro e mais estabilidade
☐ Assuntos familiares	☐ Horário de trabalho flexível

Fonte 7 Adaptado de Martins et al (2021, p.16)

Os motivos que levam as mulheres a empreender dependem de várias situações internas e externas. As condições familiares, o entendimento relativo ao empreendedorismo e as condições sociais, são apenas alguns dos fatores que levam as mulheres a empreender. Segundo Ascher (2012, p.102), estes são os principais motivos que levam as mulheres a iniciar um negócio:

- a necessidade de gerar rendimento – um dos maiores fatores que levam mulheres a nível global a iniciarem um negócio é de gerar rendimentos. Se as mulheres tivessem as mesmas oportunidades salariais que os homens têm este não seria um grande motivador para empreender;

- a necessidade de reconhecimento, crescimento pessoal e satisfação pessoal motivam sobretudo as mulheres que já iniciaram algum tipo de atividade comercial. Para alguns empreendedores o sucesso é medido através do lucro do negócio, mas para as mulheres o sentimento de realização e a satisfação pessoal são mais importantes;
- autonomia e independência – O autor cita Buttner e Moore (1997, p.37) que identificam a autonomia e a independência como um dos maiores motivadores do empreendedorismo feminino. O autor defende que a flexibilidade na gerência do tempo, permite que as mulheres consigam exercer as suas obrigações familiares, atendendo também às expectativas sociais relativamente ao seu papel na comunidade;
- Insatisfação com o emprego atual – situações em que as mulheres se sentem frustradas, entediadas e insatisfeitas com o trabalho, fazem com que algumas vejam no empreendedorismo a solução para se sentir melhor e realizadas.

O ambiente de trabalho, principalmente em grandes empresas, faz com que as mulheres optem por empreender. (Orhan e Scott, 2001, p.235)

Um estudo comparativo sobre os motivos entre os homens e mulheres para empreender efetuado por Bandeira et al. (2020, p.106), concluiu que embora ambos sexos tenham as mesmas motivações para empreender, das quais: desejo por maior autonomia, reconhecimento de uma oportunidade de negócio, busca pela carreira dos sonhos e outros, as mulheres são as que têm motivos que vão além dos objetivos financeiros comparando com os homens, sendo que as mesmas procuram por um equilíbrio entre a família e o trabalho e liberdade de decisão com o quê trabalhar. Concluindo-se que os motivos que levam as mulheres a empreender acabam por estar ligados às divisões sexuais de trabalhos e as expectativas sociais associadas à responsabilidade dos cuidados familiares e do lar que as mulheres têm, o que acaba por influenciar na decisão de empreendedorismo feminino. Os autores citam Machado et al. (2003) que através de uma amostra de 90 mulheres selecionada no Brasil, França e Canadá, a realização pessoal foi o motivo fundamental que fez 30% das mulheres do estudo empreender, ficando em segundo lugar a identificação de uma oportunidade no mercado e a falta de oportunidades na carreira anterior o último motivo.

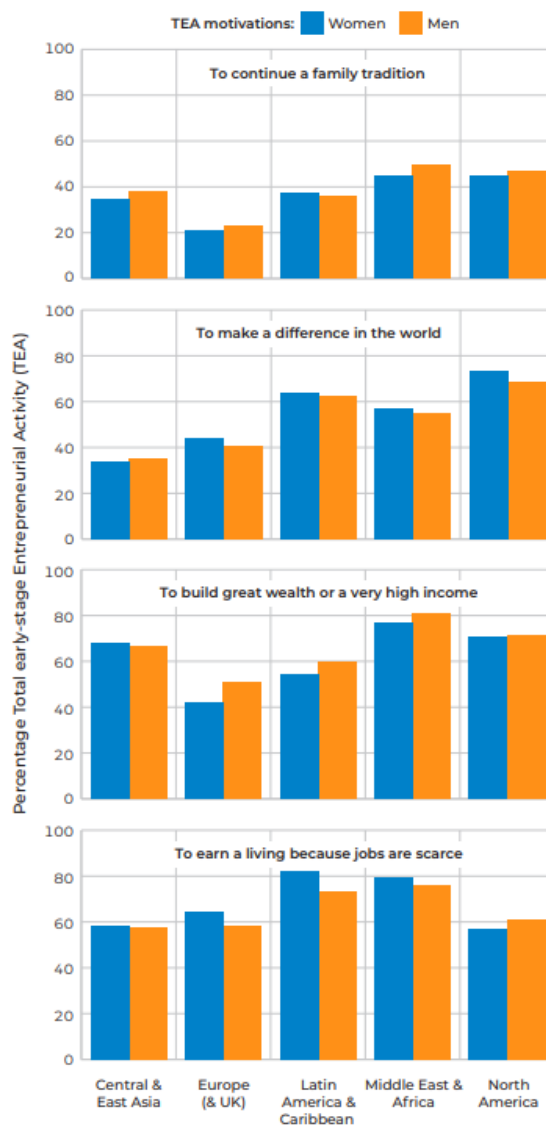
Em outro estudo efetuado por Gosselin e Grisé (1990) denominado “Estão as mulheres empreendedoras desafiando as nossas definições de empreendedorismo?” citado por Santos

(2014, p.12), com a participação de 400 mulheres, concluiu que para as mulheres é importante que haja um modelo de negócio pequeno e equilibrado. Verificou-se também que as mulheres com formação não viam a fase empreendedora que viviam como algo passageiro nas suas vidas, mas, que buscavam continuamente a recompensa do seu trabalho.

De acordo com Batista et al. (2008, p.35) em um pesquisa efetuado sobre o mico empreendedorismo em Portugal, os fatores principais que levaram os inquiridos a empreender foram: vontade de possuir um emprego, para garantir um rendimento, para obter independência financeira e para garantir maior e melhor estabilidade financeira.

No ano de 2021, segundo o relatório da GEM, a falta de emprego foi a principal motivação para que homens e mulheres decidissem abrir negócios. A nível global, durante este ano, 52,9% das mulheres revelaram que começaram a empreender para fazer a diferença na sociedade (enquanto 51,9% dos homens começou a empreender por este motivo), 72,5% por causa da falta de emprego (para os homens 67,2%). Por outro lado, 63,3% dos homens apontaram como principais motivos para empreender a vontade de construir riqueza (56% corresponde a mulheres que quis iniciar um negócio por este motivo) e 35,7% dos homens começou a empreender para dar continuidade a uma tradição familiar (32,9% para as mulheres).

Figura 3 Motivos médios totais da atividade empreendedora em estágio inicial por gênero e região



Fonte 8 GEM (2021)

Carranza et al. (2018, p.12) acredita que as motivações do empreendedorismo feminino são influenciadas pelo estágio de vida que a mulher se encontra, tal como a carreira, família, preferências e seus valores. Considera que a decisão para empreender e as decisões relativas ao próprio negócio são diretamente associadas às suas preferências e circunstâncias de vida.

4.3 A relevância do gênero no empreendedorismo (Uma perspectiva financeira)

O empreendedorismo feminino desempenha um papel fundamental na evolução económica de uma região. Em ocasiões em que uma nação não utiliza toda a sua capacidade económica, a economia do país padece. Menos empreendedoras de “alto potencial” resulta em menos postos de emprego criados, menos ideias a serem colocadas em prática, falta de inovação e pequenas possibilidades de exportação. Por causa das atividades empreendedoras, as mulheres aumentam a sua autoestima, o seu bem-estar económico e restabelecem o panorama económico da sociedade em geral através da geração de empregos, técnicas e sistemas inovadores e transações transfronteiriças. (Terjesen e Lloyd, 2015, p.5)

Bandeira et al. (2020, p.1106) acrescenta que as mulheres têm a capacidade de executar diversas atividades simultaneamente tais como gerir o lar, marido, filhos e trabalho. O autor cita Villas Boas (2010, p.51) que constata que existem diferentes estilos de empreender entre os homens e as mulheres. Identificando a melhor capacidade de persuasão que as mulheres têm, junto com a preocupação com os consumidores e os fornecedores, o que contribui para o desenvolvimento de uma organização, o que segundo Grzybovski et al. (2022, p.7) se torna um diferencial comparando com os homens, pois “a mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão”. No entanto, é importante analisar criticamente essa afirmação. Embora existam estudos que apontem para estilos de liderança colaborativa mais frequentes entre mulheres, é possível que tais características estejam associadas a papéis sociais historicamente atribuídos ao gênero feminino, como cuidado e empatia. Tais papéis podem influenciar o comportamento no ambiente de trabalho, mas também podem refletir estereótipos que perpetuam expectativas sobre as mulheres, independentemente das suas preferências individuais ou competências. (Eagly e Johannesen-Schmidt, 2001, p.781-797)

Contudo, em alguns países não se vê tantas mulheres empreendedoras na mesma proporção que se vê homens empreendedores. E um dos motivos do número baixo de empreendedorismo feminino é o difícil acesso ao financiamento.

A prosperidade financeira é um elemento importante no processo do florescimento de uma empresa. Diversos autores chegaram à conclusão de que as mulheres sofrem preconceito no acesso ao mercado financeiro. Autores como Alesina et al. (2008) citado por Llusa (2009, p.5) explica que em países como Itália as mulheres por mais que tenham empresas muito bem estabelecidas não beneficiam do capital social local. Em uma pesquisa efetuada a 200 bancos italianos, apurou-se que quando concedidas o crédito, às mulheres pagam taxas de juro mais altas em relação aos homens. A autora cita também Alesina e Giuliano (2007) que relatam que a Itália tal como vários outros países ainda creem que as mulheres devem ocupar os papéis “tradicionais” que foram definidos para o género feminino, o que acaba dificultando o acesso ao financiamento devido a discriminação de género.

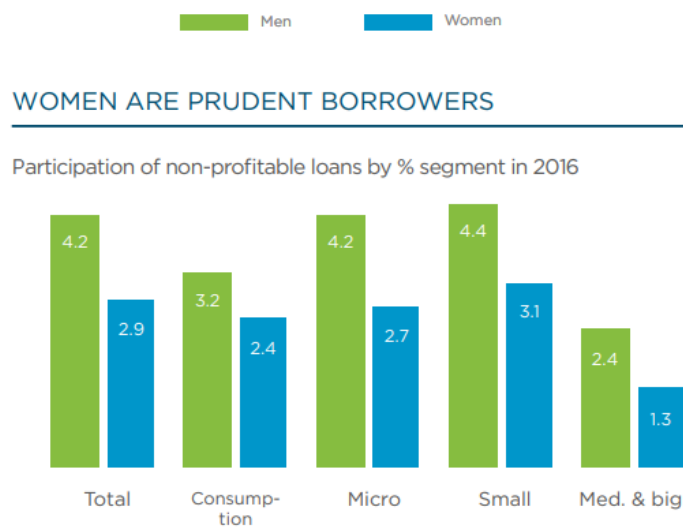
Cantú (2020) menciona os desafios comuns enfrentados pelas mulheres na América Latina e no Caribe, como a falta de antecedentes formais de financiamento e o acesso limitado a garantias, o que dificulta a obtenção de crédito. Embora o autor não especifique os países, ele destaca que essas regiões possuem o maior número de mulheres independentes do mundo. No entanto, apenas 30% das PME lideradas por mulheres buscam financiamento bancário, frequentemente enfrentando exigências de garantias elevadas e altas taxas de juros.

Em um estudo efetuado pelo IDB Invest no âmbito do *Growing as equal* constatou que o mercado feminino é a economia emergente mais elevada do mundo, contudo com a pior atenção no setor financeiro. Esta economia de acordo com a “*Global Banking Alliance for Women*” (GBA) corresponde a um dispêndio de 20 bilhões US\$ e a uma receita de 18 bilhões US\$, o que corresponde ao PIB dos Estados Unidos e da China juntos.

O perfil das mulheres nos últimos anos como economizadoras e respeitantes a empréstimos bancários deveria ser um indicador positivo para as instituições financeiras. As mulheres, como clientes, são mais fiéis, sérias e cuidadosas. Apresentam mais receitas e são o género que mais tem poupanças. Um exemplo notável é o Grameen Bank, que iniciou suas operações emprestando exclusivamente a mulheres, com resultados significativos no combate à pobreza e na promoção do crescimento econômico em comunidades carentes. Além disso, a pesquisa da '*The Economics of Banking on Women*', realizada pela GBA, demonstra que, apesar das mulheres empreendedoras investirem 50% menos capital que os homens, conseguem gerar 20% a mais de renda. Estes dados

reforçam que os setores financeiros que investem em mulheres obtêm elevadas taxas de retorno e crescimento.

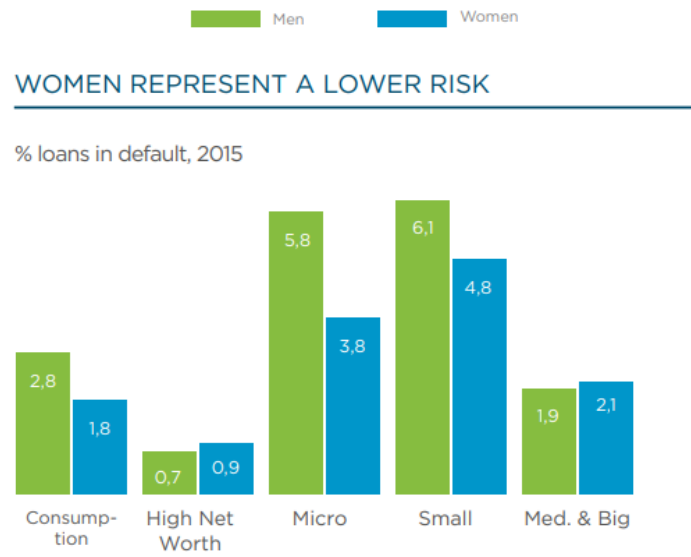
Figura 4 As mulheres são prudentes no ato do empréstimo



Fonte 9 Growing as Equals (2018)

Em termos percentuais as mulheres representam a minoria em empréstimos pouco lucrativos, logo apresentam um perfil de risco inferior aos homens.

Figura 5 Mulheres apresentam menos riscos



Fonte 10 Growing as Equals (2018)

5 Empreendedorismo feminino em Moçambique

Segundo Júnior (2022) 60% das PME moçambicanas são lideradas por mulheres. Empresas essas que são caracterizadas por serem mais pequenas, com pequeno número de funcionários e com pouco acesso às bases de informação, o que resulta em um acesso difícil ao financiamento. Ainda que as mulheres mobilizem quantias avultadas no mercado informal, os meios aplicados não são os ideais para atuar no sistema financeiro, o que faz com que a sua colaboração não seja comunicada nos canais oficiais de estatística e a educação continua sendo um dos maiores problemas para os empreendedores.

Em uma altura em que a ONU estabeleceu novos propósitos para o desenvolvimento até o ano 2030, sustenta-se que as mulheres empreendedoras são uma componente importante para este desenvolvimento. E embora ainda haja preconceito em Moçambique, as mulheres redirecionam o que é preciso para que haja um ambiente propício ao mercado de negócio local.

Em um estudo efetuado no Norte de Moçambique por Lino Samuel, o autor chegou à conclusão de que o empreendedorismo feminino ajuda as mulheres locais a atingir independência a social e financeira. O estudo demonstrou que a maioria das mulheres se sentem realizadas ao gerirem os seus próprios negócios. As entidades que promovem o cooperativismo e que foram criadas para a promoção do empreendedorismo feminino em Moçambique auxiliam na criação e desenvolvimento de ações que originam fontes de renda fixas, expandem as economias e investimentos familiares e aperfeiçoam o conforto social e económico. A investigação concluiu também que o aumento do rendimento financeiro proporcionou benefícios sociais para as empreendedoras da referida pesquisa, pois conquistaram mais reconhecimento a nível familiar bem como a nível social, obtiveram autorização para participar de reuniões familiares, oficiais e institucionais, ou seja, o direito de envolverem-se e apresentarem as suas opiniões a nível social. Algo que parece normal e natural para os homens ou normal para mulheres de outros países, tornou-se possível para mulheres desta região de Moçambique por causa dos benefícios que advém da prática do empreendedorismo.

Durante o ano de 2014, o IPEME tinha adotado algumas estratégias e intervenções que já estavam em curso e visavam apoiar durante os seguintes anos as mulheres gestoras de pequenas e médias empresas, tais como:

- incorporação de perspetivas de género nas estratégias das PME;
- uma plataforma nacional denominada “PME Mulher”;
- a impulsão de forma incorporada de produtos próprios para as pequenas e médias empresas geridas por mulheres (tais como formação e capacitação)
- e outros.

Apontaram como principais desafios:

- o acesso à educação e a formação empresarial;
- a entrada em mercados e o acesso a comunicação;
- a mudança para o setor formal;
- tecnologias de gestão;
- falta de recursos locais e produção a custos baixos;
- e outros.

O projeto WIN que procura ser um facilitador de mudança para as mulheres moçambicanas no mercado empresarial identificou também alguns desafios que as mulheres empreendedoras moçambicanas enfrentam. Dentre elas:

- o acesso aos serviços financeiros;
- o acesso conveniente a produtos de qualidade – em Moçambique existe pouca fluência de informação, sistemas de transporte debilitados e fracionados, ao mesmo tempo que existe pouca mobilidade das mulheres, o que as torna retalhistas pouco competentes;
- a agricultura – grande parte das mulheres agricultoras produzem em pequena escala lidam com diversas dificuldades, fornecendo produtos em quantidade inferior e utilizando terrenos de pequena dimensão.

Também como o governo moçambicano, esta entidade está a trabalhar de perto com mulheres de diversas regiões de moçambique para garantir que:

- as instituições financeiras respondam às necessidades das mulheres empreendedoras e desenvolvam soluções adequadas a elas;

- distribuidores e transportadores melhorem a qualidade da entrega dos seus produtos, a fim de que as mulheres sejam capazes de se concentrarem apenas em entregar produtos/serviços bons aos seus clientes e;
- consigam ter acesso a matérias-primas, serviços tecnológicos e mercados de venda de bens agrícolas de forma que aumentem a sua produtividade e os seus ganhos.

Apesar de haver alguns constrangimentos no que concerne ao empreendedorismo feminino, são diversas as instituições governamentais, bancárias e privadas que procuram adotar programas de estímulo ao empreendedorismo feminino e desenvolvimento de negócios revolucionários. Nos últimos anos têm surgido várias entidades que formam mulheres empreendedoras ou aspirantes com o objetivo de revigorá-las e prepará-las para a durabilidade e evolução no mercado empresarial.

Parte II – Estudo Empírico

6 Metodologia

A metodologia expõe as hipóteses do estudo assim como os métodos utilizados nos diversos estágios da investigação, que neste caso foi a pesquisa quantitativa e qualitativa. O campo de aplicação da pesquisa é Moçambique e o objetivo do que se pretende alcançar com a pesquisa são as causas do empreendedorismo feminino neste território.

6.1 Método de abordagem, natureza e objetivos

O objetivo da pesquisa é investigar de forma quantitativa as motivações do empreendedorismo feminino em Moçambique.

A presente pesquisa é quantitativa porque foi efetuado um inquérito a 130 mulheres moçambicanas empreendedoras com o objetivo de obter os resultados conclusivos à investigação. Para obter-se a amostra foi elaborado um questionário eletrónico através do *Google forms* e depois disponibilizado o *link* em diversas redes sociais e enviado por e-mail para quem precisasse. As respostas eram salvas após o preenchimento de todas as perguntas e confirmação da finalização. A meta inicial era de 30 mulheres, mas o estudo chegou a diversas pessoas por via da internet, o que possibilitou que houvesse uma amostra de 130 pessoas.

Uma pesquisa quantitativa é aquela que pode ser interpretada através de meios e métodos estatísticos tais como percentagens, coeficiente de correlação, média e outros que permitem que de forma mensurada seja possível classificar e analisar a informação. Uma variável quantitativa é aquela cujo dados se apresentam em valores numéricos, representando quantidades (Alves et al, 2021, p.10). Os métodos quantitativos requerem que o pesquisador antes de começar a atividade estruture um plano de pesquisa elaborado, onde o propósito e os processos de investigação estejam devidamente identificados. A estruturação de um plano consiste em uma revisão de literatura significativa, em que não se centre apenas nos objetivos da pesquisa, mas que ajude também na formulação de hipóteses e na caracterização das variáveis (Bárbara Bäckström, 2008, p.92).

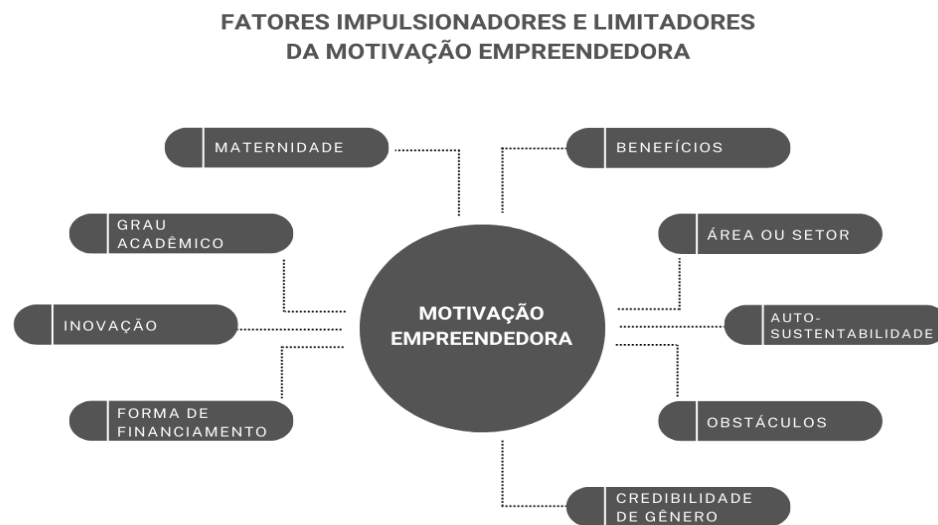
6.2 Modelo de análise

O desenvolvimento de um modelo de análise para estudar o empreendedorismo feminino em Moçambique requer uma estrutura sólida. Este modelo busca investigar os principais desafios enfrentados pelas mulheres, suas motivações para empreender e os impactos gerados pelos seus negócios no contexto socioeconômico local. O foco está em compreender se o empreendedorismo feminino é motivado principalmente por necessidade, oportunidade, ou uma combinação de ambos.

6.3 Esquematização do Modelo

Depois de efetuar a revisão de literatura e fundamentando-se na mesma, repara-se que as empreendedoras moçambicanas são influenciadas por um conjunto de causas internas e externas. Para analisar os fatores que podem ter um impacto na motivação empreendedora foi elaborado um modelo:

Figura 6 Fatores impulsionadores e limitadores da motivação empreendedora



Fonte 11 Construção própria

Assim sendo, a motivação empreendedora será o principal ponto de análise, com o objetivo de aumentar o conhecimento sobre as motivações empreendedoras da mulher moçambicana. Logo é necessário estudar algumas características que podem influenciar na decisão de empreender.

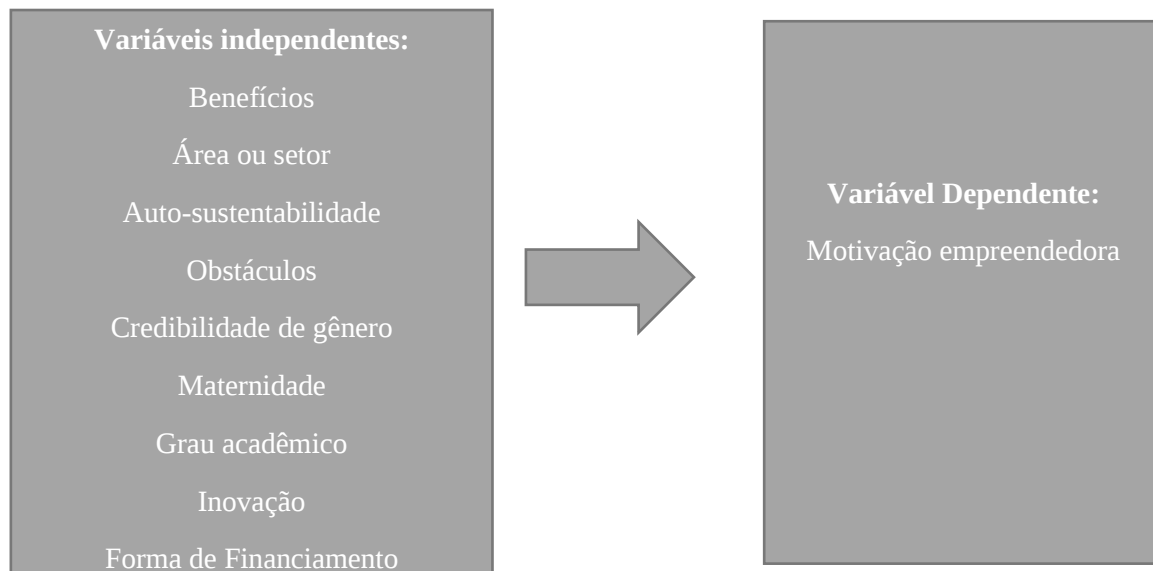
6.4 Dimensões e variáveis do modelo

As variáveis têm um papel crucial na investigação científica, pois são componentes fundamentais para a percepção, explanação e previsão de acontecimentos.

As variáveis podem ser classificadas em duas divisões principais: variáveis dependentes e variáveis independentes. Sendo as independentes aquelas que são manipulados ou escolhidas pelo investigador como componentes que ocasionam um efeito, e variáveis dependentes, aquelas que traduzem os resultados ou os comportamentos que estão a ser estudados (Kerling e Lee, 2000).

A variável dependente é aquela se encontra sujeita às alterações causadas pela modificação de outras variáveis do estudo. No presente estudo, a variável predominante é a “Motivação empreendedoras das Mulheres Moçambicanas”. Pois o interesse é perceber o que impulsiona a motivação empreendedora e de que forma as variáveis independentes, nas três dimensões, podem influenciar este acontecimento. Assim sendo, a “Motivação empreendedora” é a variável predominante enquanto as outras são investigadas como potenciais influenciadores. Considera-se que a identificação da variável dependente é importante porque orienta toda a metodologia de pesquisa. A variável independente é a que é analisada para perceber qual é o impacto que tem na variável dependente. O objetivo é analisar como estas variáveis podem influenciar a motivação empreendedora das mulheres moçambicanas.

Figura 7 Esquematização das variáveis independentes e da variável dependente



As dimensões são concepções teóricas que descrevem diferentes pontos de vista ou elementos do objeto de estudo, ocasionando em uma abordagem mais abrangente e sistemática. Na explicação abaixo é possível perceber as dimensões que se encontram presentes nesta investigação.

1. Conduta empreendedora:

- Objetivos: Entender quais são os benefícios que empreender concede as mulheres da amostra, a área que se encontram a empreender e a pretensão de um dia viver apenas do negócio.
- Contribuição teórica: Shane e Venkataraman (2000) defendem que a conduta empreendedora está intrinsecamente ligada à identificação de oportunidades e à decisão de empreender, sendo estas influenciadas pelas características pessoais e pelo contexto em que os indivíduos se encontram. Segundo os autores, empreender não é apenas uma escolha econômica, mas também uma resposta estratégica às condições do ambiente, o que se aplica ao estudo das mulheres moçambicanas.

2. Resiliência:

- Objetivos: Entender os obstáculos que estas mulheres enfrentam, se os mesmos são suficientes para as fazer desistir e se sentem que não têm credibilidade por causa do gênero
- Contribuição teórica: Shane e Venkataraman (2000) argumentam que a resiliência empreendedora está diretamente relacionada à identificação de oportunidades e à superação de adversidades. Segundo Ayala e Manzano (2014), empreendedores resilientes apresentam uma capacidade maior de se adaptar e inovar, mesmo em contextos adversos.

3. Competências Sociais, de gestão e psicológicas:

- Objetivos: Estudar de forma geral quais são as aptidões e características destas mulheres, a capacidade que as mesmas têm de inovar e de mobilizar recursos financeiros.
- Contribuição teórica: Shane e Venkataraman (2000) destacam que as competências sociais e psicológicas são fundamentais para a identificação e exploração de oportunidades. Baron e Markman (2003) enfatizam que as habilidades interpessoais e a inteligência emocional desempenham um papel crucial no networking e na mobilização de recursos.

A primeira dimensão aborda a conduta empreendedora das mulheres moçambicanas, focando nos benefícios que o empreendedorismo oferece, na escolha do setor em que atuam e na expectativa de que um dia possam viver exclusivamente do seu negócio. As hipóteses formuladas sugerem que uma percepção mais positiva dos benefícios, a escolha estratégica do setor e a visão de alcançar a autossustentabilidade financeira estão positivamente relacionadas com a motivação empreendedora das mulheres em Moçambique. Para confirmar essas relações, é necessário realizar um estudo empírico que explore como essas variáveis se inter-relacionam e afetam a motivação das empreendedoras moçambicanas.

Tabela 6 Tabela da Dimensão 1

Dimensão 1		
Conduta empreendedora		
Variável	Hipóteses	Suporte literário
Benefícios	H1: O principal benefício que empreender concede as mulheres inqueridas influencia muito nas suas motivações empreendedoras.	Estudos indicam que a percepção dos benefícios empreendedores pode ser um encorajador importante para o empreendedorismo (GEM,2020).
Área ou setor	H2: A Área do empreendimento influencia positivamente a motivação empreendedora.	Pesquisas sugerem que a seleção do setor de empreendimento pode influenciar na motivação das empreendedoras (Alves et. Al., 2018).
Autossustentabilidade	H3: Mulheres moçambicanas que acreditam que um dia possam viver apenas do seu negócio apresentam uma maior motivação empreendedora.	A possibilidade de ser capaz de viver apenas do seu negócio é um fator crítico para a motivação e persistência empreendedora, pois este fator influencia no esforço aplicado e na resiliência perante os desafios enfrentados pelas empreendedoras (Hishrich et al. 2019).

Fonte 13 Construção própria

A segunda dimensão aborda a resiliência das mulheres inqueridas, analisando se encontraram obstáculos ao empreender e se a percepção de falta de credibilidade devido ao gênero influencia no motivacional empreendedor. As hipóteses mostram que a superação eficiente dos obstáculos e a percepção de maior credibilidade encontram-se diretamente associados a uma maior motivação empreendedora.

Tabela 7 Tabela da Dimensão 2

Dimensão 2		
Resiliência		
Variável	Hipóteses	Suporte literário
Obstáculos	H4: Mulheres que enfrentam poucos obstáculos ao empreender, apresentam uma maior motivação empreendedora.	Autores como Lima & Silva (2019) defendem que a resiliência pode ser um impulsionador expressivo da motivação empreendedora.
Credibilidade de gênero	H5: A percepção da falta de credibilidade devido ao gênero, está associado a uma menor motivação empreendedora.	A percepção da falta de credibilidade devido ao gênero pode influenciar negativamente na motivação e perseverança no empreendedorismo feminino (Díaz-García et al., 2015).

Fonte 14 Construção própria

A terceira dimensão deste estudo foca-se nas competências Psicológicas e Sociais das Mulheres empreendedoras inquiridas, abordando fatores como a maternidade, o nível de escolaridade, a busca por inovação e as estratégias de financiamento adotadas. As hipóteses propostas indicam que a maternidade pode influenciar positivamente a motivação empreendedora, que o grau acadêmico está positivamente relacionado com a motivação empreendedora, e que a busca por inovação é um fator determinante nesse processo.

A maternidade, portanto, pode ser vista como uma fonte de motivação adicional para as mulheres que, muitas vezes, buscam maior autonomia e flexibilidade, o que as impulsiona a criar e gerir seus próprios negócios. Além disso, a experiência de equilibrar responsabilidades familiares e profissionais pode levar a um desenvolvimento mais robusto de habilidades de liderança e resolução de problemas, essenciais para o sucesso no mundo empresarial.

Tabela 8 Tabela da Dimensão 3

Dimensão 3		
Competências Psicológicas e Sociais das Mulheres Empreendedoras		
Variável	Hipóteses	Suporte literário
Maternidade	H6: Mulheres empreendedoras com filhos possuem maior motivação empreendedora, pois a maternidade gera uma motivação dupla: por necessidade e por oportunidade.	A maternidade é uma fonte de motivação, pois as mulheres empreendem por necessidade (responsabilidade familiar) e por oportunidade (flexibilidade e autonomia) (Lewis, 2020; Marlow, 2002).
Grau Acadêmico	H7: Mulheres com maior grau acadêmico apresentam uma maior motivação empreendedora e empreendem por necessidade e por oportunidade.	Mulheres com alto nível educacional buscam no empreendedorismo não só uma forma de suprir necessidades, mas também realizar suas aspirações profissionais (Santos & Silva, 2017; Brush et al., 2006).
Inovação	H8: A procura por inovação nos negócios está positivamente associada à motivação empreendedora.	A inovação está diretamente relacionada com a motivação empreendedora, pois mulheres inovadoras buscam diferenciar seus negócios no mercado (Silva et al., 2020).
Forma de Financiamento	H9: A forma de financiamento escolhida pelas mulheres moçambicanas está positivamente associada à motivação empreendedora.	A busca por financiamento inovador pode impactar positivamente a motivação empreendedora, proporcionando um maior senso de autonomia e controle (Garcia et al., 2018).

Fonte 15 Construção própria

7 Resultados

7.1 Caracterização da Amostra

A mulher por si só é múltipla. E o questionário efetuado abrangeu diversos tipos de mulher com características distintas, onde foi possível identificar as seguintes características das 130 mulheres empreendedoras entrevistadas:

		%	N
Mulheres inqueridas		100	130
Faixa Etária	Abaixo dos 25	14	18
	Dos 26 aos 30	56	73
	Acima dos 30	30	39
Estado Civil	Casada	2	3
	Divorciada	2	3
	Em união de fato	5	6
	Solteira	68	88
	Viúva	23	30
Mulheres com filhos	Sim	41	53
	Não	59	77
Habilitação académica concluída	Ensino Básico	3	4
	Ensino Secundário	14	18
	Ensino técnico Superior	5	7
	Bacharelato	8	10
	Licenciatura	54	70
	Pós-Graduação	7	9
	Mestre	8	10
	PhD	1	1

A maioria das mulheres da amostra encontra-se na faixa etária dos 26 aos 30 anos, representando 56,2% do total. Seguem-se 30% das participantes com mais de 30 anos, e o restante, 14%, tem menos de 25 anos. Observa-se também que a maioria das mulheres é solteira (67,7%),

enquanto 23,1% são casadas, 5,4% vivem em união de facto, 1,5% são viúvas e 2,3% são divorciadas.

A análise do estado civil sugere que este fator pode ter um impacto significativo na motivação empreendedora, já que as solteiras, por terem maior autonomia, podem ter mais flexibilidade para iniciar um negócio. No entanto, é importante considerar que a maternidade também pode influenciar a decisão de empreender, uma vez que muitas mulheres nessa faixa etária podem estar a equilibrar o papel de mãe com as suas atividades empreendedoras. Embora mais de metade das mulheres não tenha filhos (58,5%), 41,5% são mães. Isso pode levantar questões sobre se a maternidade ou a faixa etária é o principal determinante da motivação empreendedora.

Em termos de grau académico, os dados indicam que a maioria das mulheres moçambicanas entrevistadas possui um nível de escolaridade elevado, com 54,6% sendo licenciadas. Além disso, 13,8% têm ensino secundário, 7,7% são mestres, 7,7% possuem bacharelato, 6,9% têm pós-graduação, 5,4% têm ensino técnico superior, 3,1% apenas o ensino básico e 0,8% têm doutoramento. Mulheres com maior nível educativo tendem a ser mais confiantes e possuem o conhecimento necessário para acrescentar valor à sociedade, o que é essencial no combate à pobreza e na promoção do desenvolvimento.

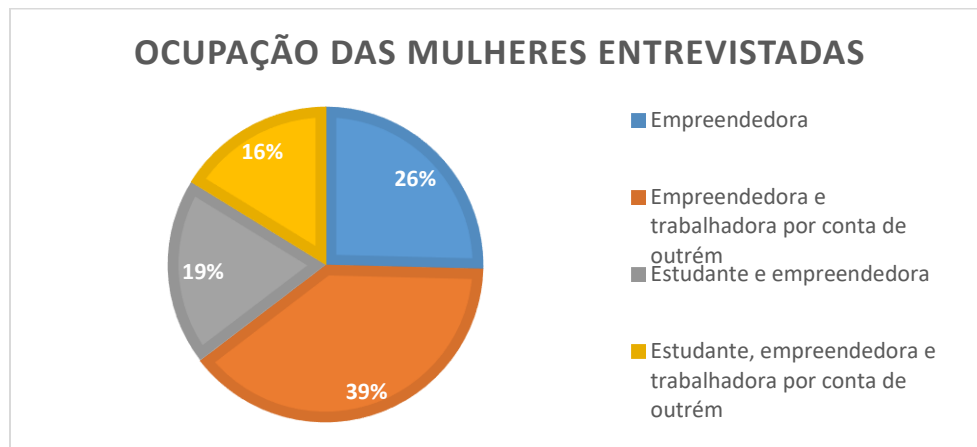
Esses dados revelam que a educação feminina é uma poderosa ferramenta para combater a improdutividade e contribuir para o progresso económico e social de uma nação. No entanto, é importante destacar que, em alguns contextos, o acesso a financiamento e a discriminação de género podem continuar a ser barreiras significativas para o empreendedorismo feminino.

7.2 Apresentação dos resultados do questionário

Através do questionário efetuado às 130 mulheres, procurou-se consolidar perguntas-chaves que ajudassem a perceber os motivos que levam as mulheres moçambicanas a empreender e questões que permitissem identificar as características destas mulheres. Dentre elas os benefícios que empreender lhes concede, os obstáculos que enfrentaram ao iniciar um negócio, a área de atuação, a forma de financiamento e outros.

A atividade geradora de rendimento permite que as mulheres auxiliem nas finanças do agregado familiar. 16.2% das mulheres entrevistadas, estuda, empreende e também trabalha por conta de outrem. Importante referir que desta percentagem, 14% é casada e tem filhos. 25.4% apenas empreende e dentro desta percentagem 61% tem idade superior a 30. A maioria trabalha por conta de outrem e tem o seu próprio empreendimento (39.2%) e 19.2% é estudante empreendedor.

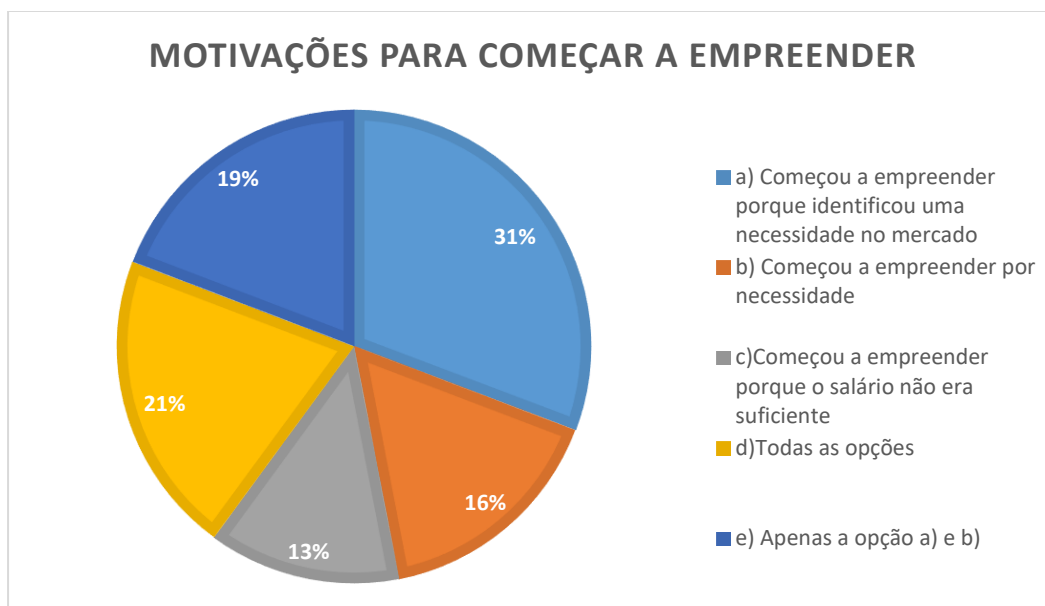
Gráfico 1 Resposta à pergunta "Como te identificas?"



Fonte 16 Construção própria

Questionou-se as 130 mulheres entrevistadas quais são os principais motivos que as levam a empreender. 30,8% começou a empreender porque identificou oportunidades no mercado, o que é perceptível para um mercado em desenvolvimento. 16,2% começou a empreender por necessidade, o que é elegível em uma economia frágil. 13,1% começou a empreender porque o salário não era suficiente para a sua subsistência, 19,2% começou a empreender porque identificou uma oportunidade no mercado e por necessidade e 29,8% começou a empreender por oportunidade, por necessidade e para aumentar o rendimento mensal.

Gráfico 2 Resposta à pergunta "Entre estas afirmações qual delas se adequa melhor a sua situação?"



Fonte 17 Construção própria

Pediu-se às empreendedoras que identificassem todos os benefícios que empreender lhes concede. A vantagem para empreender mais comum entre as empreendedoras é a liberdade financeira. Não ter de depender de um salário fixo e saber que o sucesso da empresa é proporcional ao esforço aplicado, não havendo limites financeiros, mas correndo riscos, faz com que algumas mulheres prefiram iniciar negócios.

A segunda vantagem escolhida foi o fato de poderem trabalhar com algo que gostam. Por mais que estejam a desempenhar tarefas não muito motivadoras durante o percurso do negócio, quando se trabalha com algo que se gosta e, em uma área que lhes traz felicidade a percepção e a forma de lidar com os desafios são mais positivos em relação a trabalhar em uma área que não lhes agrada tanto. Gostar do que se faz, conduz a mais prática e mais prática permite desenvolver novos métodos de trabalho e novas formas de automatização das funções.

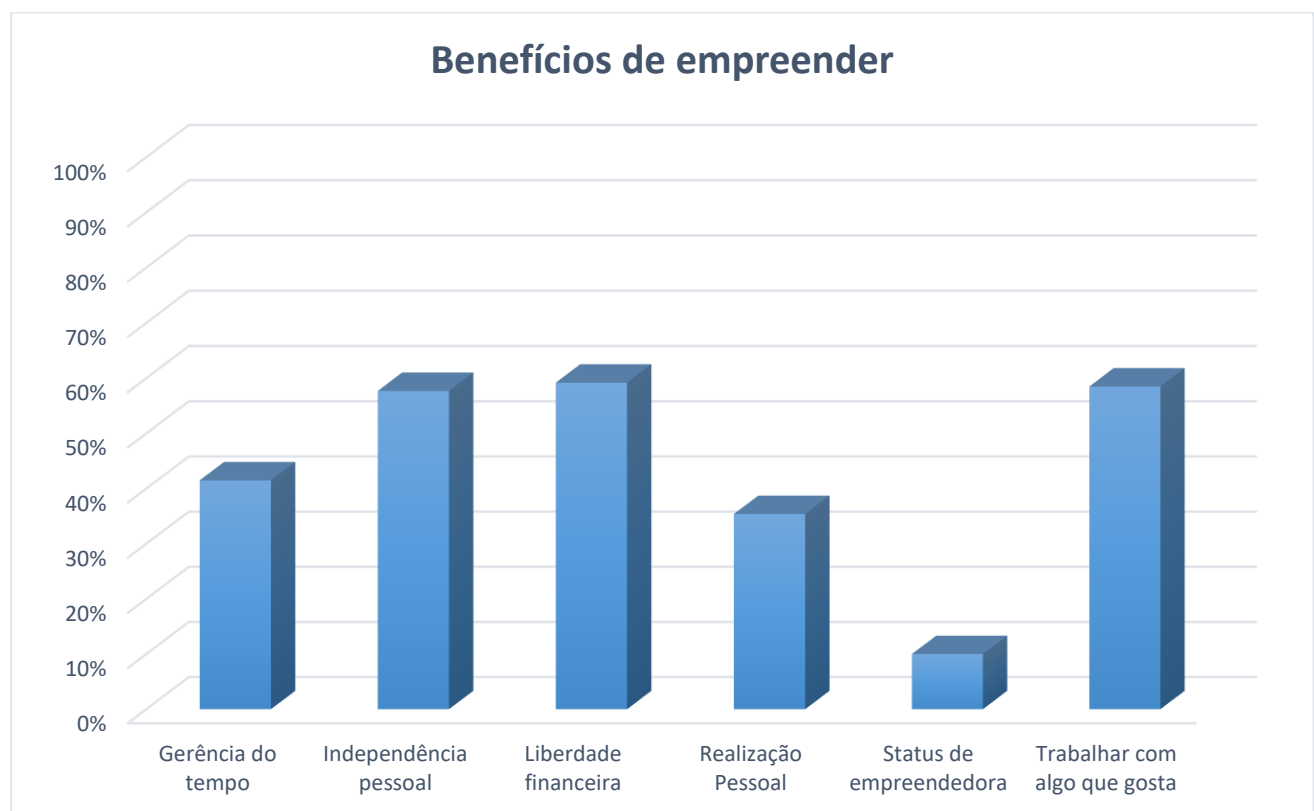
A independência pessoal foi a terceira opção mais escolhida.

A gerência do tempo permite que as mulheres possam se dedicar não apenas ao empreendedorismo, mas também a outras áreas importantes de suas vidas. No entanto, 19,2% das mulheres entrevistadas são estudantes e 41,5% têm filhos, o que evidencia que, apesar das vantagens do empreendedorismo, muitas enfrentam desafios significativos ao tentar conciliar as responsabilidades diárias com os múltiplos papéis que desempenham.

A realização pessoal é proporcional ao aumento da autoestima. Para algumas mulheres empreender fornece a sensação de que encontraram o propósito das suas vidas.

A opção menos escolhida foi o “status de empreendedora”. Embora empreender faz com que as mulheres tenham mais autoridade no meio da sociedade, para este grupo de mulheres é notório que a forma como são vistas pelas pessoas não é tão importante em comparação aos outros benefícios de começar o seu próprio negócio.

Gráfico 3 Resposta à pergunta "Quais são os benefícios que gerir o seu negócio lhe dá? (Selecione todas as opções com que te identifique)"



Fonte 18 Construção própria

Dos 130 inquéritos realizados, 84% das mulheres inquiridas afirmaram procurar trazer inovação aos seus negócios. Inovar, para elas, pode significar desde a introdução de novos produtos e serviços no mercado até a adaptação de produtos e serviços já existentes, de forma a atender melhor às necessidades do público. Este dado revela que a inovação é vista como uma necessidade no mercado atual, onde a capacidade de criar e responder às mudanças constantes das necessidades do público-alvo é fundamental para a sustentabilidade do negócio.

Gráfico 4 Resposta à pergunta "Quando criou o seu negócio preocupou-se em trazer algum tipo de inovação?"

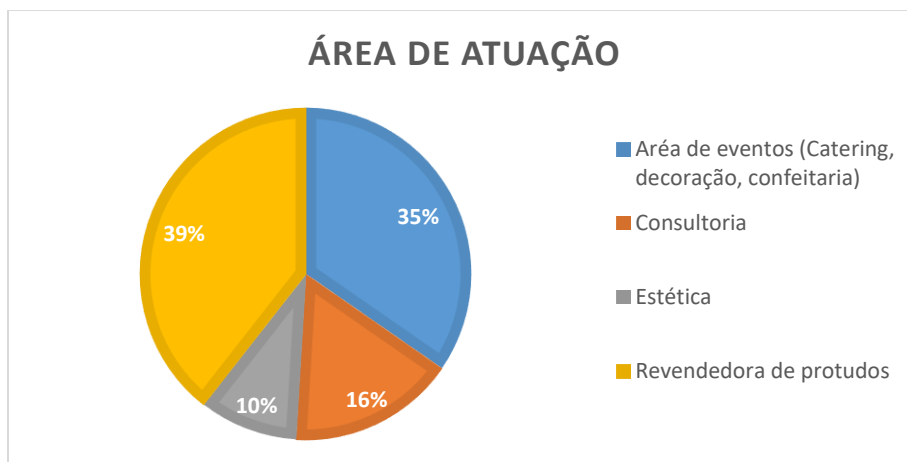


Fonte 19 Construção própria

Entre as áreas mais comuns do empreendedorismo feminino em Moçambique, apurou-se que, das 104 respostas, 39% das mulheres são revendedoras de produtos, 34% atuam na área de eventos, 16% trabalham com consultoria e 10% na área da estética. Embora não tenha sido aprofundado o nível de inovação em cada área, é possível notar que todas estas atividades possuem um grande potencial para inovação, quer seja através de novas abordagens de mercado, da adaptação de produtos ou da criação de novos serviços. A inovação, embora não explorada diretamente neste estudo, é uma característica fundamental para a sustentabilidade e o crescimento de negócios nessas áreas.

Em um estudo efetuado pelo Banco Mundial, muitas das empresas geridas por mulheres estão nos sectores de prestação de serviços e de revenda, que são os setores menos lucrativos o que provoca a dificuldade de financiamento por parte das instituições financeiras.

Gráfico 5 Resposta à pergunta "Qual é a sua área de atuação?"



Fonte 20 Construção própria

Sendo que nem todas as mulheres trabalham nas áreas identificadas acima, estas são as áreas de atuação das restantes 26 mulheres:

Tabela 9 Outras áreas de atuação das mulheres empreendedoras inquiridas

Outras áreas de atuação:
Foreign exchange
Fabrico de artigos de crochê
Facilitação de fornecimento de serviços online e pagamentos através do NetBank
Imobiliária
Construção
Cosmética Natural- Produção e venda de sabonetes artesanais
Prestação de serviços de marketing
Turismo
Processamento de embalagens sem uso de químicos
Artesanato e reciclagem

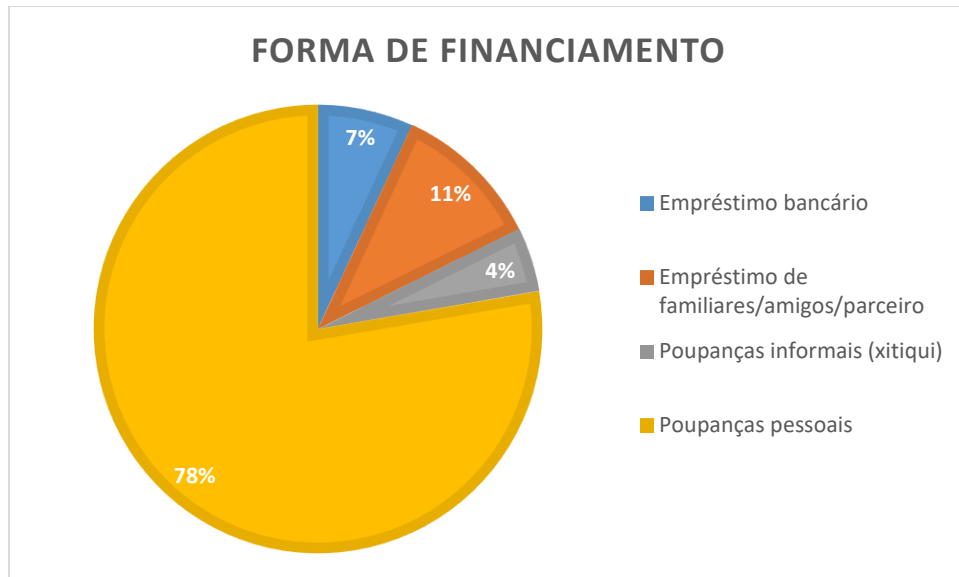
Fonte 21 Construção própria

A forma de financiamento mais comum entre as mulheres entrevistadas é a poupança pessoal, que representa 78% da amostra. Este tipo de financiamento refere-se à utilização das economias individuais das empreendedoras, acumuladas ao longo do tempo para o lançamento ou continuidade dos seus negócios. Muitas dessas mulheres recorrem a economias pessoais provenientes de rendimentos do trabalho, vendas ou outras fontes de receita. Em seguida, 11% das mulheres obtiveram financiamento através de pessoas próximas, como familiares, parceiros e amigos, enquanto 7% recorreram a empréstimos bancários e 4% utilizaram o xitiqui. O xitiqui é uma forma de poupança informal efetuada entre integrantes de um determinado grupo. Periodicamente os membros contribuem um montante fixo, como forma de empréstimo e na altura acordada os membros recebem os valores que contribuíram durante essa época.

A baixa percentagem de mulheres que recorrem ao empréstimo bancário sustenta a afirmação de vários autores em relação à dificuldade que as mulheres enfrentam quando pretendem solicitar um empréstimo. Uma pesquisa efetuada pela First Round Capital concluiu que as mulheres recebem 30% menos de financiamento de capital de risco em todo o hemisfério, mulheres pertencentes a minorias étnicas recebem ainda menos. Em um estudo efetuado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento no Chile concluiu-se que os homens têm mais possibilidades de obter créditos financeiros em relação às mulheres, mesmo que os dados fornecidos acerca dos motivos do financiamento sejam os mesmos (Cantú, 2020).

Por causa desta inabilidade das mulheres de obter créditos bancários, as mulheres acabam estando mais inclinadas a usar as suas economias individuais ou empréstimos de pessoas próximas para iniciarem os seus negócios.

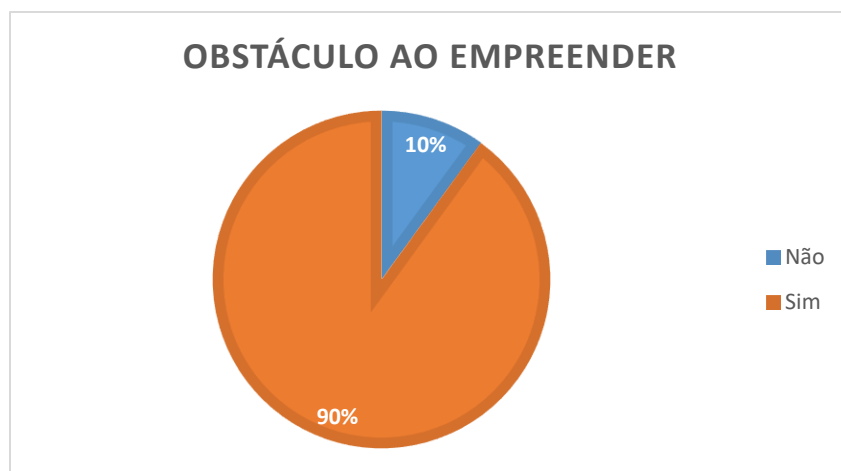
Gráfico 6 Resposta à pergunta " Qual foi a forma de financiamento do seu negócio?"



Fonte 22 Construção própria

Apesar de o número de empreendedoras ter estado a crescer os obstáculos que as mesmas enfrentam em relação aos homens ainda precisam ser ultrapassados. 90% das empreendedoras identificadas afirmou que já passou por algum tipo de obstáculo ao empreender.

Gráfico 7 Resposta à pergunta "Já sofreu algum obstáculo ao empreender?"



Fonte 23 Construção própria

Uma pesquisa efetuada pelo Banco Mundial demonstra que embora vários homens fechem as suas empresas devido à falta de resultados positivos, muitas mulheres apontam a falta de financiamento como o motivo de baixos resultados. E o principal obstáculo que as mulheres entrevistadas enfrentam ao empreender é a falta de financiamento (52,1%). Seguido da falta de acesso ao mercado (39,3%). Em terceiro a falta de motivação (39,3%). Por vezes as dificuldades que as mulheres enfrentam faz com que se sintam menos motivadas e, sem motivação não há crescimento.

Em quarto é a desconfiança pelo produto/serviço que prestam (33,3%). Algumas pessoas tendem a duvidar da capacidade das mulheres em empreender ou de trazer produtos/serviços eficazes e inovadores para o mercado. Em quinto é a falta de apoio de amigos e/ou familiares (24,8%). Por vezes a aprovação de pessoas próximas afeta a autoestima dos empreendedores. Na sociedade atual ter um emprego fixo garante um futuro mais transparente e uma segurança financeira e emocional que empreender não concede, para alguns amigos e familiares empreender é um risco que não apresenta garantias.

Em sexto a falta de infraestruturas para o negócio (23,9%). Durante o fórum empresarial de negócios África-Japão o presidente do Conselho de Administração do grupo Soico (uma marca moçambicana) Daniel David, citou que “a falta de infraestruturas de qualidade condiciona negócios” o mesmo acrescentou que as infraestruturas exercem uma função importante e primordial para as empresas no que tange a comercialização dos seus produtos. O aprimoramento das infraestruturas moçambicanas é crucial para o crescimento socioeconómico do país, pois concede um bom ambiente de negócios que é crucial na arrecadação de novos investimentos, na competitividade entre as empresas e na criação de novos postos de trabalho. Outro obstáculo identificado foi as Burocracias/Legislação (17,1%). O conjunto de regras e leis que necessitam ser executadas para o bem-estar de uma empresa, por vezes pode levar a desistência daqueles que pretendem empreender. O contacto com as burocracias inicia logo no início da criação da empresa, os registos, as inscrições, o alvará, os certificados, licenças e documentos a serem obtidos, seguido dos impostos a serem pagos durante a sua vida útil e as horas gastas a garantir que as leis aplicadas à empresa estão em coordenação. Eventualmente acaba sendo necessário contratar um profissional que auxilie durante esses processos burocráticos para garantir que haja mais eficiência e flexibilidade, contudo este tipo de gasto nem sempre faz parte do orçamento inicial dos

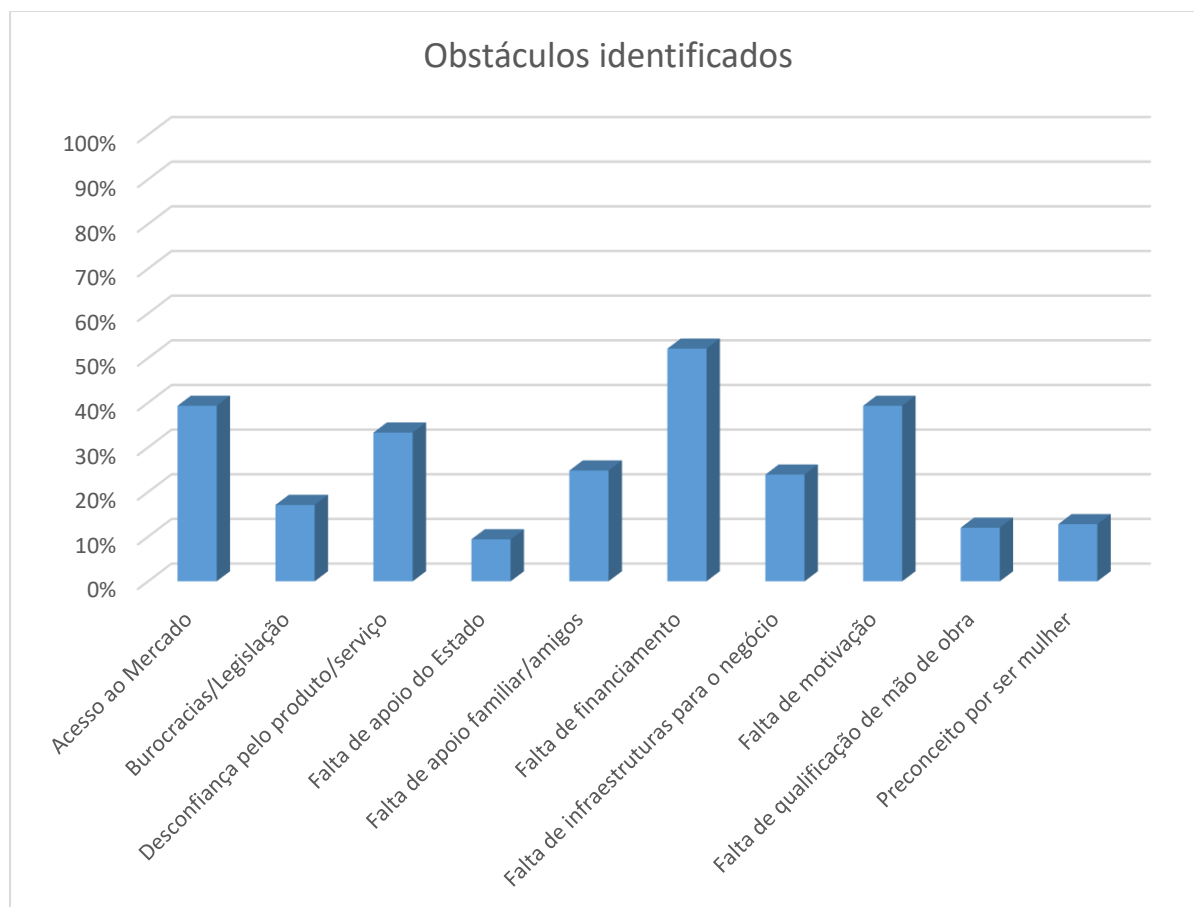
empreendedores, o que faz com que tenham de lidar com a falta de flexibilidade legislativa sozinhos.

Preconceito por ser mulher, foi outro obstáculo identificado (12,8%). Embora haja mais mulheres a ocuparem o espaço empresarial, ainda existem dificuldades a nível social e económico. A luta da mulher pela igualdade e respeito no ambiente empresarial é constante. Existe uma necessidade por parte das mulheres de se sobressaírem ao lidarem com o género oposto na área dos negócios, as mulheres são obrigadas a conquistar a sua credibilidade. Por causa da conotação que existe que a mulher são seres do “sexo frágil”, são obrigadas a gerir o preconceito e provar a capacidade que têm para gerir os seus negócios, ter de estar a provar o seu valor a todo o momento pode provocar um certo desgaste que poderá afetar no desempenho da empresa.

Outro obstáculo identificado é a qualificação de mão de obra (12%). A mão-de-obra moçambicana é considerada insuficientemente qualificada (Portal de Negócios). Para uma empresa prosperar é necessário ter funcionários competentes, com conhecimento e experiência necessária para determinada função. Colaboradores qualificados significam maior flexibilidade e produtividade, contenção de falhas e gastos, evita a repetição de trabalhos e aumenta o rendimento da empresa.

O último obstáculo identificado por 9.4% das mulheres é a falta de apoio do Estado.

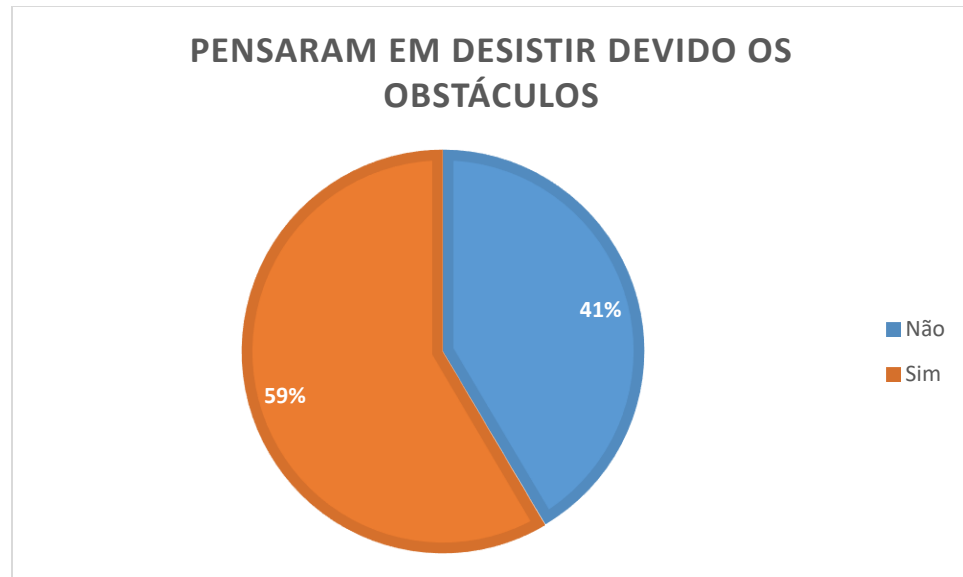
Gráfico 8 Resposta à pergunta "Se sim, quais? (Pode selecionar mais que uma opção)"



Fonte 24 Construção própria

Infelizmente, mais da metade das mulheres entrevistadas (58,5%) já pensaram em desistir do seu negócio devido aos obstáculos identificados, como falta de motivação, dificuldades financeiras ou outros desafios comuns no processo empreendedor.

Gráfico 9 Resposta à pergunta "Já pensou em desistir devido aos obstáculos?"



Fonte 25 Construção própria

Por outro lado, 71,5% das mulheres entrevistadas afirmaram acreditar que serão capazes de viver exclusivamente do seu negócio no futuro, enquanto 28,5% acreditam que não.

Gráfico 10 Resposta à pergunta "Acha que um dia será capaz de viver apenas do seu negócio?"



Fonte 26 Construção própria

A diferença entre as mulheres que pensaram em desistir e aquelas que acreditam que poderão viver apenas do seu negócio pode ser explicada pela diversidade de experiências e contextos. Apesar de muitas mulheres enfrentarem obstáculos significativos, uma grande parte delas demonstra otimismo em relação ao futuro. As razões para essa confiança incluem a crença no modelo de negócio, o progresso que têm alcançado e a motivação pessoal para continuar. Além disso, as mulheres apontaram que estão a atuar em áreas de grande potencial de crescimento, o que pode estar a influenciar essa visão positiva do futuro.

As mulheres que responderam que acreditam que um dia viverão apenas dos seus negócios, identificaram os seguintes pontos como os principais motivos:

Tabela 10 Motivos pelas quais as mulheres acham que um dia serão capazes de viver apenas do seu negócio

Respondeu que sim:
Porque apresenta lucros
Porque está motivada
Porque tem liberdade, pode inovar e contribuir para a sociedade
Porque o negócio apresenta progressos
Acredita no modelo de negócio
Área pouco explorada em Moçambique e com grandes possibilidades de crescimento
Já vive do seu negócio

Fonte 27 Construção própria

As mulheres que responderam que não conseguiriam viver apenas do seu negócio, identificaram os seguintes motivos:

Tabela 11 Motivos pelas quais as mulheres acham que um dia não serão capazes de viver dos seus negócios

Respondeu que não:
Porque não apresenta garantia financeira
Porque ainda não conseguiu aceder a 100% ao mercado
Porque não há inovação no negócio
Porque não rende o suficiente
Por experiência de terceiros
Gosta de outra área
Por causa da burocracia, falta de apoio do estado e comissões criadas
Pretende trabalhar para outras empresas
Falta de financiamento

Fonte 28 Construção própria

O objetivo do presente estudo era identificar os motivos que levam as mulheres moçambicanas a empreender. Em uma matéria efetuada para o Diário de Notícias, Sara Fakir afirmou que em Moçambique ainda existem mulheres que empreendem por base da necessidade por não terem outras alternativas. Questionadas o motivo pela qual empreendem, 30,8% das mulheres respondeu que o faz porque identificou uma oportunidade no mercado, o que é perceptível para um mercado em desenvolvimento. 16,2% por necessidade o que é elegível em uma economia frágil. 19,2% por ambas e 13,1% porque o salário do emprego atual não era suficiente para a sua subsistência e 20,8% por todos os motivos cá citados. Sendo assim, somando as mulheres que identificaram uma oportunidade no mercado (30,8%), aquelas que indicaram ambos os motivos (19,2%) e as que mencionaram todos os fatores (20,8%), temos 70,8% das 130 mulheres entrevistadas que começaram a empreender porque identificaram uma oportunidade no mercado. Ajudando assim a responder à questão deste estudo.

O empreendimento por oportunidade traz consigo também a inovação. Embora a maioria das mulheres tenha iniciado negócios em áreas já existentes, 83,8% afirmaram que procuraram trazer algo inovador para as suas empresas. No entanto, este estudo não aprofundou quais foram essas inovações específicas, ficando assim uma questão em aberto para futuras investigações. Das 30,8% que começaram a empreender apenas porque identificaram uma oportunidade no mercado (sem incluir as que começaram a empreender porque identificaram uma oportunidade e/ou necessidade e/ou para aumentar a renda ou todas as opções) 85% afirma que procurou inovar nos

seus negócios. E das 29,30% de mulheres que afirmou ter começado a empreender apenas por necessidade e apenas porque o salário não é suficiente para a sua subsistência, 32% não se preocupou em trazer inovação para os seus negócios.

Empreender por oportunidade consiste em iniciar um negócio ainda que se tenha outras formas de obter rendimento no ramo profissional. Normalmente, essas pessoas não têm uma necessidade urgente de iniciar um novo caminho, mas apresentam um nível de escolaridade elevado e especialização acima da média (Bona, 2019). Neste estudo, a elevada percentagem de mulheres com formação superior (70% entre licenciadas, pós-graduadas, mestres e PhD) parece justificar a predominância do empreendedorismo por oportunidade, corroborando a afirmação de Bona. Esse dado sugere que a qualificação académica pode ser um fator determinante para a motivação empreendedora, o que pode ser explorado em investigações futuras.

8 Análise de dados

Através de uma análise estática simples, recorrendo a média, o mínimo e o máximo, foi possível identificar as características motivacionais das mulheres empreendedoras inqueridas.

Tabela 12 Motivação empreendedora

		N	%	Média	Máximo	Mínimo
Motivos para empreender	Empreendem por necessidade	130	16%	21	40	17
	Empreendem por oportunidade	130	31%	40		
	Empreendem por necessidade e oportunidade	130	21%	27		
	Empreendem para aumentar a renda mensal	130	13%	17		
	Empreendem por todos os motivos citados	130	19%	25		

Fonte 29 Construção própria

N corresponde a amostra (N=130) que é o número de mulheres que participaram deste estudo. O máximo demonstra a maior motivação que leva as mulheres a empreender e neste caso é apenas por ter identificado uma oportunidade no mercado e o mínimo demonstra o que menos leva as mulheres a empreender e neste caso é o aumento da renda mensal.

As mulheres entrevistadas encontram-se divididas entre os 5 maiores motivadores de empreendedorismo: empreender por necessidade (16%), empreender por oportunidade (31%), empreender por necessidade e oportunidade (21%), empreender para aumentar a renda mensal (13%) e empreender por todos os motivos citados (19%).

Através dos dados obtidos durante este estudo, foi efetuado uma relação entre o principal motivo que leva as mulheres a empreender e diversos fatores. Para se efetuar esta relação, efetuou-se testes Qui-quadrado que permitem analisar a independência entre duas variáveis.

Relação entre a motivação empreendedora e os benefícios em empreender

Embora o motivo mais comum entre as mulheres inqueridas para empreender seja a liberdade financeira e a independência pessoal, 35,4% considera a “Realização pessoal” como o primeiro benefício mais importante que empreender lhes concede.

Consoante o resultado obtido no teste qui-quadrado, a motivação empreendedora e os benefícios que empreender lhes concede não estão associados de modo estatisticamente significativo ($p > 0,05$).

Tabela 13 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e os benefícios em empreender

			Motivo para empreender					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Primeiro benefício ao empreender	Independência pessoal	n %	11 27,5%	9 42,9%	6 35,3%	5 18,5%	6 24,0%	37 28,5%
	Me sinto realizada	n %	13 32,5%	4 19,0%	4 23,5%	12 44,4%	13 52,0%	46 35,4%
	Posso gerir o meu tempo	n %	2 5,0%	2 9,5%	2 11,8%	3 11,1%	0 0,0%	9 6,9%
	Tenho liberdade financeira	n %	9 22,5%	3 14,3%	2 11,8%	3 11,1%	6 24,0%	23 17,7%
	Trabalho com algo que eu gosto	n %	5 12,5%	3 14,3%	3 17,6%	4 14,8%	0 0,0%	15 11,5%
Total		n %	40 100,0%	21 100,0%	17 100,0%	27 100,0%	25 100,0%	130 100,0%
		Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)				
	Qui-quadrado de Pearson	17,349	16	0,363				
	N de Casos Válidos	130						

Fonte 30 Construção própria

Relação entre a motivação empreendedora e a área de empreendedorismo

O teste Qui-quadrado revelou uma associação estatisticamente significativa ($p = 0,039$) entre a motivação empreendedora e a área de atuação. Os resultados indicam que as mulheres que empreendem na prestação de serviços têm maior tendência a iniciar seus negócios por identificação de uma oportunidade no mercado (23,1%) do que aquelas que atuam na produção de bens (7,7%). Isso sugere que, no contexto analisado, o empreendedorismo por oportunidade está mais presente no setor de serviços do que na produção de bens ($p < 0,05$).

Tabela 14 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e a área de empreendedorismo

			Motivação empreendedora					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Área que empreende	Produtora de bens	n %	10 7,7%	5 3,8%	3 2,3%	15 11,5%	8 6,2%	41 31,5%
	Prestadora de serviços	n %	30 23,1%	16 12,3%	14 10,8%	12 9,2%	17 13,1%	89 68,5%
Total		n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
				Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)		
			Qui-quadrado de Pearson	10,108	4	0,039		
			N de Casos Válidos	130				

Fonte 31 Construção própria

Relação entre a motivação empreendedora e a capacidade de viverem apenas do negócio que criaram

O teste Qui-quadrado ($p = 0,019$) indica uma relação estatisticamente significativa entre a motivação empreendedora e a crença de que um dia será possível viver apenas do próprio negócio. Especificamente, as mulheres que empreendem por oportunidade (26,2%) demonstram maior confiança na sustentabilidade do seu negócio, enquanto aquelas que iniciaram por necessidade ou por insuficiência do salário demonstram menor convicção nessa possibilidade. Esse resultado sugere que o tipo de motivação inicial pode influenciar a percepção de viabilidade a longo prazo do empreendimento ($p < 0,05$).

Tabela 15 Teste Qui-quadrado - Motivação empreendedora e a capacidade de viverem apenas do negócio que criaram

			Motivação empreendedora					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Acredita que um dia viverá apenas do seu empreendimento	Sim	n %	34 26,2%	14 10,8%	7 5,4%	19 14,6%	19 14,6%	93 71,5%
	Não	n %	6 4,6%	7 5,4%	10 7,7%	8 6,2%	6 4,6%	37 28,5%
Total		n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
				Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)		
			Qui-quadrado de Pearson	11,764	4	0,019		
			N de Casos Válidos	130				

Fonte 32 Construção própria

Relação entre a motivação empreendedora e o fator ter encontrado obstáculos ao empreender

Relativamente ao terem encontrado obstáculos no início da sua jornada empreendedora 90% afirma que sim. E de acordo com o resultado obtido no teste Qui-quadrado, os obstáculos enfrentados ao empreenderem e os motivos pela qual empreendem não estão relacionados de forma estatisticamente significativa ($p > 0,05$).

Tabela 16 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o fator ter encontrado obstáculos ao empreender

			Motivo pela qual empreende					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Obstáculos para empreender	Sim	n	34	20	17	23	23	117
		%	26,2%	15,4%	13,1%	17,7%	17,7%	90,0%
	Não	n	6	1	0	4	2	13
		%	4,6%	0,8%	0,0%	3,1%	1,5%	10,0%
Total		n	40	21	17	27	25	130
		%	30,8%	16,2%	13,1%	20,8%	19,2%	100,0%
			Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)			
		Qui-quadrado de Pearson	4,447	4	0,349			
		N de Casos Válidos	130					

Fonte 33 Construção própria

Relação entre a motivação para empreender e o principal obstáculo ao empreender

46,9% das mulheres identificou a “Falta de financiamento” como o principal obstáculo ao empreender. Sendo que 13,1% destas mulheres começou a empreender porque identificou uma oportunidade no mercado e por necessidade. De acordo com o resultado obtido no teste Qui-quadrado, a relação entre a motivação para empreender e o principal obstáculo ao empreender não estão relacionados de modo estatisticamente significativos ($p > 0,05$).

Tabela 17 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e principal obstáculo ao empreender

			Motivação empreendedora					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Principal obstáculo ao empreender	Acesso ao mercado	n %	5 3,8%	4 3,1%	2 1,5%	1 0,8%	2 1,5%	14 10,8%
	Burocracias/Legislação	n %	2 1,5%	2 1,5%	0 0,0%	2 1,5%	1 0,8%	7 5,4%
	Desconfiança pelo produto/serviço que presta	n %	3 2,3%	1 0,8%	2 1,5%	3 2,3%	1 0,8%	10 7,7%
	Falta de apoio do Estado	n %	0 0,0%	1 0,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 0,8%
	Falta de apoio familiar/amigos/parceiros	n %	3 2,3%	1 0,8%	4 3,1%	1 0,8%	1 0,8%	10 7,7%
	Falta de financiamento	n %	15 11,5%	10 7,7%	7 5,4%	12 9,2%	17 13,1%	61 46,9%
	Falta de infraestruturas para o negócio	n %	1 0,8%	0 0,0%	1 0,8%	0 0,0%	0 0,0%	2 1,5%
	Falta de motivação	n %	3 2,3%	1 0,8%	1 0,8%	1 0,8%	0 0,0%	6 4,6%
	N/A	n %	7 5,4%	1 0,8%	0 0,0%	5 3,8%	2 1,5%	15 11,5%
	Preconceito por ser mulher	n %	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 0,8%	1 0,8%
	Qualificação de mão de obra	n %	1 0,8%	0 0,0%	0 0,0%	2 1,5%	0 0,0%	3 2,3%
Total		n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
		Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)				
	Qui-quadrado de Pearson	41,066	40	0,424				
	N de Casos Válidos	130						

Fonte 34 Construção Própria

Relação entre a motivação empreendedora e o fator sentir que as mulheres moçambicanas são vistas como incapazes de gerir um negócio

A maioria das mulheres não acredita que as mulheres moçambicanas são vistas como incapazes de gerir um negócio (66,9%). De acordo com o resultado retirado no teste Qui-quadrado, a motivação empreendedora e o fator sentir que as mulheres moçambicanas são vistas como incapazes de gerir um negócio não estão relacionadas de forma significativa ($p > 0,05$).

Tabela 18 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o fator serem vistas como incapazes de gerir um negócio

			Motivação empreendedora					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Se acreditam que por causa de serem do gênero feminino são vistas como incapazes de gerirem um negócio	Sim	n %	12 9,2%	8 6,2%	9 6,9%	8 6,2%	6 4,6%	43 33,1%
	Não	n %	28 21,5%	13 10,0%	8 6,2%	19 14,6%	19 14,6%	87 66,9%
Total		n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
		Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)				
	Qui-quadrado de Pearson	4,516	4	0,341				
	N de Casos Válidos	130						

Fonte 35 Construção Própria

Relação entre a motivação empreendedora e o fator ter filhos

A hipótese inicial deste estudo sugeria que a maternidade poderia influenciar positivamente a motivação empreendedora, uma vez que mulheres mães muitas vezes buscam maior autonomia e flexibilidade ao empreender. No entanto, os resultados obtidos por meio do teste Qui-quadrado não demonstraram uma associação estatisticamente significativa entre a maternidade e a motivação empreendedora ($p = 0,721$). Isso indica que, dentro da amostra analisada, o fato de ter filhos não influenciou de maneira significativa a decisão de empreender. Ainda assim, isso não invalida a importância da maternidade no contexto do empreendedorismo feminino, podendo haver outros aspectos qualitativos que merecem investigação futura. A relação entre a motivação empreendedora e o fato de terem ou não filhos não estão associados de forma estatisticamente significativa ($p > 0,05$).

Tabela 19 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o fator ter filhos

			Motivação empreendedora					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Filhos	Sim	n %	25 19,2%	13 10,0%	9 6,9%	13 10,0%	16 12,3%	76 58,5%
	Não	n %	15 11,5%	8 6,2%	8 6,2%	14 10,8%	9 6,9%	54 41,5%
Total		n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
				Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)		
			Qui-quadrado de Pearson	2,083	4	0,721		
			N de Casos Válidos	130				

Fonte 36 Construção própria

Relação entre a motivação empreendedora e o grau acadêmico

Relativamente à relação entre a motivação empreendedora e o grau acadêmico, mais de 50% das mulheres inquiridas são licenciadas, o que corresponde a 54,6% da amostra. A educação tem um papel importante no desenvolvimento de competências e na confiança, o que pode favorecer o empreendedorismo. No entanto, de acordo com o resultado obtido no teste Qui-quadrado, a motivação empreendedora e o grau acadêmico não estão associados de forma estatisticamente significativa ($p > 0,05$), o que indica que, no contexto deste estudo, o nível acadêmico não foi determinante na motivação para empreender.

Tabela 20 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e o grau acadêmico

			Motivação empreendedora					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Grau acadêmico	Apenas o Ensino Básico	n %	1 0,8%	2 1,5%	0 0,0%	0 0,0%	1 0,8%	4 3,1%
	Até o Ensino Secundário	n %	6 4,6%	2 1,5%	2 1,5%	3 2,3%	5 3,8%	18 13,8%
	Bacharelato	n %	4 3,1%	0 0,0%	2 1,5%	2 1,5%	2 1,5%	10 7,7%
	Ensino Técnico Superior	n %	2 1,5%	1 0,8%	1 0,8%	2 1,5%	1 0,8%	7 5,4%
	Licenciatura	n %	20 15,4%	14 10,8%	9 6,9%	15 11,5%	13 10,0%	71 54,6%
	Mestre	n %	2 1,5%	1 0,8%	2 1,5%	3 2,3%	2 1,5%	10 7,7%
	PhD	n %	1 0,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 0,8%
	Pós-graduação	n %	4 3,1%	1 0,8%	1 0,8%	2 1,5%	1 0,8%	9 6,9%
Total		n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
				Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)		
			Qui-quadrado de Pearson	13,534	28	0,990		
			N de Casos Válidos	130				

Fonte 37 Construção própria

Relação entre a motivação empreendedora e a inovação

A grande maioria das mulheres inquiridas (83,8%) afirmou que procuraram inovar ao iniciar o seu negócio. Embora o estudo não tenha aprofundado quais formas específicas de inovação foram adotadas, pode-se inferir que a inovação, no contexto deste estudo, envolve a introdução de novas abordagens, métodos ou produtos, bem como a adaptação às necessidades do mercado local. O valor obtido no teste Qui-quadrado ($p = 0,009$) confirma que a motivação empreendedora e a busca por inovação estão associadas de forma estatisticamente significativa. As mulheres que identificaram uma oportunidade no mercado ou que precisaram melhorar a sua subsistência, na sua maioria, procuraram trazer algo novo para seus negócios, seja pela diferenciação ou pela implementação de soluções adaptadas ao contexto.

Tabela 21 Motivação empreendedora e inovação

			Motivação empreendedora					
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total
Procurou inovar	Sim	n %	34 26,2%	13 10,0%	13 10,0%	24 18,5%	25 19,2%	109 83,8%
	Não	n %	6 4,6%	8 6,2%	4 3,1%	3 2,3%	0 0,0%	21 16,2%
Total		n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
				Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)		
			Qui-quadrado de Pearson	13,51	4	0,009		
			N de Casos Válidos	130				

Fonte 38 Construção própria

Relação entre a forma de financiamento e a motivação empreendedora

77,7% das mulheres financiou os seus projetos através de poupanças pessoais e apenas 6,9% recorreu a empréstimos bancários. Relativamente ao resultado obtido no teste Qui-quadrado é possível perceber que não há nenhuma relação entre as duas variáveis ($p > 0,05$).

Tabela 22 Teste Qui-Quadrado - Motivação empreendedora e a Forma de Financiamento

			Motivação empreendedora						
			a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado	b) Comecei a empreender por necessidade	c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência	d) Todas as opções	e) A) e B)	Total	
Forma de financiamento	Empréstimo bancário	n %	4 3,1%	0 0,0%	0 0,0%	3 2,3%	2 1,5%	9 6,9%	
	Empréstimo de familiares/amigos/parceiro	n %	7 5,4%	3 2,3%	1 0,8%	2 1,5%	1 0,8%	14 10,8%	
	Poupanças informais (xitiqi)	n %	3 2,3%	0 0,0%	1 0,8%	2 1,5%	0 0,0%	6 4,6%	
	Poupanças pessoais	n %	26 20,0%	18 13,8%	15 11,5%	20 15,4%	22 16,9%	101 77,7%	
Total			n %	40 30,8%	21 16,2%	17 13,1%	27 20,8%	25 19,2%	130 100,0%
				Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)			
			Qui-quadrado de Pearson	12,545	12	0,403			
			N de Casos Válidos	130					

Fonte 39 Construção própria

9 Síntese dos resultados

Através da tabela formulada abaixo, é possível compreender a comprovação (afirmativo) e a rejeição (não afirmativo) das hipóteses formuladas no capítulo da metodologia:

Tabela 23 Síntese dos resultados

Hipótese	Afirmativo	Não afirmativo
H1.1		x
H1.2	✓	
H1.3	✓	
H1.4		x
H1.5		x
H1.6		x
H1.7		x
H1.8		x
H1.9	✓	
H1.10		x
H2	✓	

Fonte 40 Construção própria

H1: As mulheres moçambicanas empreendem por necessidade e a sua motivação empreendedora está dependente de vários fatores.

H1.1: O principal benefício que empreender concede as mulheres inqueridas influencia nas suas motivações empreendedoras – É possível observar através do resultado obtido no teste Qui-Quadrado que entre o fator “principal objetivo para empreender” e as motivações empreendedoras não existe uma relação significativa, assim sendo esta sub-hipótese não se comprova neste cenário.

H1.2: A Área que as mulheres empreendem influencia na motivação empreendedora – O teste Qui-quadrado mostrou uma associação estatisticamente significativa entre a motivação empreendedora e a área de atuação. As mulheres que empreendem em serviços tendem a ser mais

motivadas por identificar oportunidades no mercado, enquanto as de produção de bens são mais impulsionadas por necessidade. Isso confirma a sub-hipótese deste fator.

H1.3: O fato de acreditarem que um dia serão capazes de viver apenas do seu empreendimento influencia na motivação empreendedora das mulheres entrevistadas – O teste Qui-quadrado revelou uma associação estatisticamente significativa entre a motivação empreendedora e a crença de que um dia viverão apenas do seu negócio. As mulheres que acreditam nesta possibilidade tendem a demonstrar uma maior motivação e empenho no sucesso do seu empreendimento, o que confirma a sub-hipótese.

H1.4: O fato das mulheres terem encontrado obstáculos ao empreender influencia na motivação empreendedora das mulheres inqueridas – Através do resultado obtido no teste Qui-quadrado entende-se que não existe associação significativa no fato das mulheres terem encontrado dificuldades ao empreender e a motivação empreendedora.

H1.5: O principal obstáculo que cada mulher inquerida identificou afeta na motivação empreendedora – Não existe uma associação estatística significativa entre o principal obstáculo que as mulheres encontraram ao empreender e a motivação empreendedora, fazendo com que esta sub-hipótese não seja afirmativa.

H1.6: O preconceito pelo género tem impacto na motivação empreendedoras das mulheres moçambicanas inqueridas – Não é verificada uma associação significativa entre as duas variáveis, logo esta sub-hipótese não se confirma.

H1.7: O fator ter filhos influencia na motivação empreendedora das mulheres moçambicanas – No contexto de ter filhos não se verifica associação entre o fator ter filhos e a motivação empreendedora fazendo com que a sub-hipótese não seja válida.

H1.8: O grau académico influencia nas motivações empreendedoras das mulheres moçambicanas – Neste fator, não há associação significativa com a motivação empreendedora, fazendo com que esta sub-hipótese não seja afirmativa.

H1.9: O fator inovação tem impacto nas motivações empreendedoras das mulheres inquiridas – O teste Qui-quadrado revelou uma associação significativa entre inovação e motivação empreendedora, indicando que a busca por inovação está diretamente relacionada à motivação para empreender. As mulheres que procuraram inovar tendem a ser mais motivadas pela identificação

de oportunidades no mercado, além de demonstrarem maior empenho no desenvolvimento de seus negócios, o que confirma a sub-hipótese.

H1.10: A forma de financiamento escolhido pelas mulheres moçambicanas influencia no motivo pela qual empreendem – Não existe nenhuma associação significativa entre as variáveis financiamento e motivação empreendedora, logo esta sub-hipótese não se confirma.

H2: As mulheres moçambicanas empreendem porque identificaram uma oportunidade no mercado e existem distinções significativas nos fatores que levam as mulheres a empreender.

Em resumo, o quadro abaixo demonstra as variáveis que são dependentes e independentes.

Conclusão

Durante os últimos anos, a quantidade de pequenas e médias empresas geridas por mulheres aumentou em todo o mundo. Uma pesquisa efetuada pela McKinsey Global Institute constatou que o Produto Interno Bruto Global aumentaria para 28 trilhões de dólares até ao ano de 2025 caso as mulheres conseguissem envolver-se no mercado financeiro em igual intensidade que os homens (Cantú, 2020).

O principal foco deste estudo é perceber porque é que as mulheres moçambicanas empreendem. O empreendedorismo pode ser visto como uma atividade de desenvolvimento de um novo negócio ou uma atividade que consiste em expandir um negócio já existente. Atividades empreendedoras eficazes levam à melhoria das condições financeiras de uma determinada comunidade e ao crescimento económico de um país, refletindo-se no aumento do Produto Interno Bruto (PIB). A economia moçambicana apresenta um desenvolvimento constante do PIB de 7% nos últimos anos.

Através das respostas obtidas neste estudo, foi possível perceber que a maioria das mulheres moçambicanas empreende porque identificaram uma oportunidade de negócio, criando novas empresas após a identificação de uma necessidade no mercado. No entanto, vários estudos sobre empreendedorismo feminino em África apontam que, em muitos contextos, a principal motivação para empreender está mais associada à necessidade do que à oportunidade (GEM, 2021; Banco Mundial, 2019; McKinsey & Company, 2019). A divergência de resultados pode estar relacionada com as características da amostra e da metodologia utilizada neste estudo, sugerindo que, em determinadas regiões, o empreendedorismo feminino continua a ser impulsionado por fatores como a instabilidade económica e a falta de oportunidades de emprego formal.

No que diz respeito às áreas de atuação de negócio, é notório que algumas mulheres moçambicanas têm estado a explorar setores como a construção, o mercado imobiliário e o setor financeiro, tradicionalmente dominados por homens. No entanto, este grupo representa uma minoria dentro da amostra analisada, sendo que a maioria das mulheres ainda aposta em negócios já estabelecidos, muitas vezes em setores considerados femininos. Isso indica que, apesar de avanços, a inserção de mulheres em áreas inovadoras ou tradicionalmente masculinas ainda ocorre de forma limitada.

O acesso ao financiamento continua a ser um dos principais desafios para as empreendedoras moçambicanas. A falta de crédito foi identificada como o maior obstáculo por 52,1% da amostra. No entanto, este fator não impediu que as mulheres continuassem a empreender, demonstrando resiliência e adaptação ao contexto económico. Muitas delas recorreram a alternativas como poupanças pessoais (77,7%), empréstimos de amigos e familiares (10,3%), crédito bancário (6,9%) e o sistema informal de poupança conhecido como xitiquei (4,6%).

Procurou-se saber das mulheres entrevistadas se o primeiro negócio que criaram é o atual negócio em que atuam. 35,4% afirmou que sim, 47,7% respondeu que não e 16,9% indicou que ainda mantém o primeiro negócio, mas dedica mais tempo a outro. Estes dados demonstram que muitas empreendedoras passaram por mudanças nos seus percursos empresariais, seja encerrando o primeiro negócio, seja acumulando mais do que uma atividade. Embora essa rotatividade possa sugerir dificuldades na sustentabilidade dos primeiros negócios iniciados, também pode indicar uma estratégia de adaptação ao mercado, onde as empreendedoras ajustam os seus projetos conforme as condições económicas e oportunidades que surgem. Além disso, a diversificação pode ser uma forma de minimizar riscos financeiros e garantir maior segurança a longo prazo.

A maioria das mulheres entrevistadas começou a empreender entre os 19 e os 25 anos de idade, totalizando 57,79% da amostra, enquanto 44,7% começou a empreender antes dos 18 anos. A análise do empreendedorismo das jovens que começaram antes dos 18 anos revela que, dado que, de acordo com estudos como os da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2021), os jovens tendem a envolver-se mais em empreendedorismo de subsistência e negócios informais, ao invés de projetos estruturados e orientados para o crescimento. Este aspeto poderia ser melhor explorado em estudos futuros, para compreender as particularidades do empreendedorismo juvenil em Moçambique.

Com o estudo efetuado, é possível contribuir significativamente para a literatura do género em Moçambique, pois, através de uma amostra de 130 mulheres moçambicanas empreendedoras, foi possível perceber as principais características das mesmas, o que ajuda a traçar as particularidades das mulheres empresárias locais. A pesquisa contou com mulheres de diversas faixas etárias, com diferentes backgrounds académicos, financeiros e sociais.

As mulheres empreendedoras moçambicanas são mulheres atentas ao mercado e às necessidades da sociedade, características comuns de pessoas que empreendem por oportunidade.

Embora pareça que fazem os mesmos negócios, elas preocupam-se em trazer algo diferente e inovador. São mulheres que enfrentam diversos obstáculos, que as fazem pensar em desistir, mas continuam firmes por causa das suas motivações pessoais e empresariais. Alguns autores defendem que empreender significa inovar. Através dos resultados obtidos, é possível perceber que a maioria das mulheres empreende porque identificou uma oportunidade no mercado. O resultado obtido no teste Qui-quadrado relativamente à inovação e à motivação empreendedora é inferior a 0,05, o que confirma que existe uma associação entre as variáveis motivação e inovação.

O grau académico das mulheres não interfere na sua capacidade para empreender. Tanto que, entre as 13,8% das mulheres que possuem apenas o ensino secundário, a maioria começou a empreender porque identificou uma oportunidade no mercado. O mesmo é possível perceber através do resultado obtido no teste Qui-quadrado ($p = 0,990$).

39,2% das mulheres gerem os seus negócios ao mesmo tempo que trabalham por conta de outrem, o que lhes permite reduzir riscos financeiros e demonstra que sabem gerir a pressão e conciliar a vida trabalho-família. 48% destas mulheres que gerem os seus negócios e têm empregos fixos têm filhos, o que reforça a ideia de que a maternidade não impede as mulheres de empreender. Das 41,5% das mulheres que empreendem tendo filhos, apenas 11,5% empreende por necessidade, enquanto 30,8% empreende porque identificou uma oportunidade no mercado.

47,7% das mulheres não empreende no primeiro negócio que começou, o que demonstra uma certa rotatividade no mercado empresarial. 59,2% afirma que empreender lhes proporciona liberdade financeira, e, entre essas, 73% acredita que um dia será capaz de viver apenas do seu negócio, indicando que há confiança no futuro do empreendedorismo feminino em Moçambique.

Quando questionadas sobre a perceção da mulher como gestora, 66,9% das entrevistadas responderam que não acreditam que as mulheres moçambicanas são vistas como incapazes de gerir um negócio, enquanto 33,1% responderam que sim. Entre as que acreditam que existe preconceito, 63,2% atribuem essa visão à perceção tradicional da mulher como cuidadora do lar e dependente do marido.

O empreendedorismo feminino em Moçambique, especialmente em áreas de inovação e tecnologia, pode desempenhar um papel fundamental na criação de novos postos de trabalho, no desenvolvimento de serviços locais e no crescimento da economia nacional. Assim, é fundamental

que o país continue a promover políticas de incentivo à igualdade de género e a facilitar o acesso a recursos financeiros e formação para mulheres empreendedoras.

Limitações do estudo

Visto que o Empreendedorismo Feminino em geral ainda é um tema em desenvolvimento, principalmente em Moçambique, houve dificuldades na parte literária em obter estudos reais e atualizados acerca do empreendedorismo feminino em Moçambique, pelo que acredito que este trabalho de dissertação irá ajudar em futuras linhas de pesquisa. O modelo de interrogatório utilizado não permitiu que se alcançasse mais mulheres moçambicanas, um outro tipo de abordagem mais pessoal permitiria obter respostas de mulheres que não têm acesso à Internet, visto que o acesso ao mesmo continua sendo um desafio em certas áreas do País.

Sugestões para investigações futuras

Com base nos resultados obtidos e nas limitações do presente estudo, identificam-se algumas oportunidades para aprofundar a investigação sobre o empreendedorismo feminino em Moçambique:

- Aprofundar a análise sobre a inovação nos negócios femininos. Embora uma elevada percentagem de mulheres tenha afirmado que procurou inovar, não foi possível identificar quais tipos específicos de inovação foram introduzidos. Estudos futuros poderão explorar este aspeto em maior detalhe.
- Investigar a influência da qualificação académica na sustentabilidade dos negócios. A relação entre escolaridade e motivação empreendedora merece ser aprofundada, especialmente para perceber se um maior nível académico influencia a longevidade e o crescimento dos negócios.
- Explorar o impacto da maternidade no percurso empreendedor das mulheres. Os dados quantitativos não indicaram uma relação estatisticamente significativa entre a maternidade e a motivação para empreender, mas uma abordagem qualitativa poderia esclarecer se existem outros fatores subjetivos envolvidos.

- Analisar o perfil do empreendedorismo juvenil, particularmente entre as mulheres que começaram antes dos 18 anos. Estudos futuros poderão examinar se estas jovens estão mais envolvidas em negócios de subsistência ou se desenvolvem atividades com potencial de crescimento.
- Investigar estratégias de conciliação entre a vida familiar e o empreendedorismo. Um estudo focado na relação família-trabalho poderá revelar desafios específicos enfrentados pelas mulheres empreendedoras e as soluções que adotam.
- Expandir as metodologias de recolha de dados. Para abranger um leque mais diverso de empreendedoras, futuras pesquisas poderão incluir entrevistas presenciais e abordagens em mercados e outros espaços onde atuam mulheres com menor acesso digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abrahão, B. R. (2019). *Empreendedorismo Feminino: um estudo da relevância individual do trabalho de mulheres empreendedoras de Minas Gerais*. Editora Curitiba.

Abramovitz, M. (1989). *Thinking about growth: And other essays on economic growth and welfare*. Cambridge University Press.

Alface, E. M. V. S. (2016). *A influência das emoções na escolha do local de consumo: Comércio Tradicional vs Centro Comercial* (Dissertação de Mestrado). Instituto Português de Administração de Marketing.

Amorim, R. O., & Batista, L. E. (2011). *Empreendedorismo feminino: Razão do Empreendimento*. Rosana, Brasil. Consultado em 18 de Outubro de 2021. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf

Alves, A. T. A. d. R. B. A., Nascimento, A., Ulhôa, A., Batista, B., Capela, C., Venturine, C., Rodrigues, D., Moreira, E., Silva, F., Ribeiro, E., Demba, J., Lapa, L. D. P., Mota, M., & Silva, P. C. B. d. (2021). *Reflexões em torno de Metodologias de Investigação*. Aveiro: UA Editora.

Alves, F., Santos, L., & Fernandes, C. (2018). "Exploring Women's Entrepreneurial Potential: Evidence from Portugal." *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(2), 197-214.

Ascher, J. (2012). Female entrepreneurship—An appropriate response to gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, 8(4), 97-114.

Ayala, J. C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business: A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126–135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>

Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2015). *Empreendedorismo: Conceitos e definições*. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, 1(1), 25-38.

Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). "Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage." *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329-366.

Bandeira, P. B., Amorim, M. V., & Oliveira, M. Z. (2020). Empreendedorismo Feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 20(3), 1105-1113. Consultado em 27 de Outubro de 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>

Barroca, J. (2016, 7 de dezembro). *CPI – CENTRO DE PROMOÇÃO DE INVESTIMENTOS*. João Pedro Barroca - Economista. Consultado em 25 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://www.joaobarroca.com.pt/cpi-centro-de-promocao-de-investimentos/>

Baron, R. A., & Markman, G. D. (2003). "Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success." *Journal of Business Venturing*, 18(1), 41-60.

Bäckström, B. (2008). Metodologia das ciências sociais: métodos quantitativos (Universidade Aberta , Ed.) Metodologia das ciências sociais: métodos quantitativos]. Consultado em 12 de Dezembro de 2022. Disponível em: https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/9499/1/MetodologiaCienciasSociais_Caderno_Apoio.pdf

Bittar, F. S. O., Bastos, L. T., & Moreira, V. L. (2014). Reflections about the entrepreneur: An analysis in the economics of organizations perspective. *Revista De Administração Da UFSM*, 7(1), 65–80. Consultado em 15 de Outubro de 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/198346597318>

Bolson, S. B., de Oliveira, L. M. P., & do Vale, M. P. (2018). *Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios*. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 3(02), 84-102.

Bona, A. (2019, 1 de julho). *Empreender por oportunidade ou necessidade?* André Bona. Consultado em 25 de Agosto. Disponível em: <https://andrebona.com.br/empreender-por-oportunidade-ou-necessidade/>

Bosma, N., Hill, S., Ionecus-Somers, A., Kelley, D., Guerrero, M., & Schott, T. (n.d.). 2020/2021 Global Report. Global Entrepreneurship. Londres: Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.

Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., & Hart, M. (2006). "The Role of Social Capital and Gender in Linking Financial Suppliers and Entrepreneurial Growth: A Conceptual Framework." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(2), 205-226.

Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). "Adversarial corporate governance: A comparative analysis of corporate takeover defenses in the United States and China." *Organization Science*, 21(4), 851-864.

Carranza, E., Dhakal, C., & Love, I. (2018). *Female Entrepreneurs: How and Why Are They Different*. World Bank, Washington, DC (20)

Cardoso, C. E. d. S. (2016). *Motivações e Barreiras para a Prática do Empreendedorismo Feminino no Norte de Portugal: Um estudo exploratório* (Dissertação de Mestrado não publicada, Programa de Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização). Instituto Politécnico do Porto, Instituto Superior de Contabilidade e Administração, Porto.

Cantú, E. T. (2020). O papel dos bancos na eliminação das barreiras enfrentadas pelas. *Americas Quartely*. Consultado em 7 de Outubro de 2022. Disponível em: <https://www.americasquarterly.org/article/o-papel-dos-bancos-na-eliminacao-das-barreiras-enfrentadas-pelas-mulheres/> - Gender Equality

Chen, F.-W., Fu, L.-W., Wang, K., Tsai, S.-B., & Su, C.-H. (2018). *The Influence of Entrepreneurship and Social Networks on Economic Growth—From a Sustainable Innovation Perspective*. Sustainable Innovation in Organizations for Improving Decisions.

Chiavenato, I. (2007). *Empreendedorismo - Dando asas ao espírito empreendedor* (2a ed.) São Paulo: Editora Saraiva.

Croci, Cassidy L., (2016). "Is Entrepreneurship a Discipline?". Honors Theses and Capstones. 296. Consultado em: 08/10/2022. Disponível em: <https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1299&context=honors>. University of New Hampshire Scholar's Repository.

Cubico, S., Bortolani, E., Favretto, G., & Sartori, R. (2010). *Describing the entrepreneurial profile: The entrepreneurial aptitude test (TAI)*. *Int. J. of Entrepreneurship and Small Business*. 11. 424 - 435.

Dantas, E. B. (2008). *Empreendedorismo e Intra-Empreendedorismo - É preciso aprender a voar com os pés no chão*.

Dallamuta, J., de Oliveira, L. C., & Holzmann, H. A. (2019). *Administração, Empreendedorismo e Inovação* (4a ed.) Paraná: Atena Editora.

de Brito Silva, A. S., & de Carvalho Guimarães, J. (2018). *Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética*. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 12(2), 53-71.

Depois de ciclones, conflitos e Covid-19, Moçambique em recuperação prepara a estratégia para os próximos cinco anos. (2022, 3 de junho). Grupo Banco Africano de Desenvolvimento. Consultado em 17 de Junho de 2022. Disponível em: <https://www.afdb.org/pt/noticias-e-eventos/depois-de-ciclones-conflitos-e-covid-19-mocambique-em-recuperacao-prepara-estrategia-para-os-proximos-cinco-anos-52213>

Díaz-García, C., Jiménez-Moreno, J., & Sáez-Martínez, F. (2015). "Innovativeness and Family Influence on Female Entrepreneurship." *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 549-566.

Dolabela, F. (2008). *Oficina do Empreendedor*. Rio de Janeiro: Sextante.

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>

Embaló, T. (2013). *O impacto do empreendedorismo no crescimento económico: Evidências da América Latina* (Dissertação de Mestrado não publicada, Programa de Mestrado em Negócios Internacionais). Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria.

Empreendedorismo feminino: um estudo sobre sua representatividade no município de Toledo - Paraná. (2013). *Revista de Gestão e Secretariado*, 4(2), 134–150.

Estatuto do IPEME - Versão apresentada ao Conselho Consultivo do MIC – 29/09/2021 (2021) (Moçambique).

Fairlie, R. W., & Fossen, F. M. (2018). *Opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation*. CESifo Working Paper Series No. 6854. Consultado em 10 de Novembro de 2022. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3140340>

Franco, D. (2019). [Empreendedorismo em Moçambique] [Publicação]. LinkedIn. Consultado em 17 de Junho de 2022. Disponível em: https://mz.linkedin.com/in/david-franco-1b248976?trk=pulse-article_main-author-card

Ferreira, P. J. S. (2015). Empreendedorismo - uma abordagem sintética. Loulé: Sílabas & Desafios, Unipessoal.

Gaspar, D. (2017, 24 de novembro). *Políticas e instituições de apoio ao empreendedorismo e internacionalização em Moçambique*. 2020. Consultado em 13 de Julho. Disponível em: <https://beta.networkcontacto.com/visaocontacto/Lists/Posts/Post.aspx?ID=2003>

Garcia, R., Rodriguez, J., & Martinez, M. (2018). "Financial Resource Mobilization in Entrepreneurship: Insights from a Longitudinal Study." *Journal of Business Venturing*, 33(3), 271-287.

Género E Empreendedorismo Em Portugal. (2014). Leiria: XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2020). "Women's Entrepreneurship 2019/2020 Report."

Günther, H. (2006). *Pesquisa Qualitativa Versus Pesquisa Quantitativa: Esta É a Questão?* Brasília: Psic.: Teor. e Pesq., Brasília, 22(2), 201–210.

Hapsari, N.R., & Soeditaningrum, N. (2018). Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2019). "Entrepreneurship" (10^a ed.). McGraw-Hill Education.

Ibraimo, M. (2021). Inquérito ao Sector Informal sobre COVID-19 (CISS). *UNDP Mozambique e Ministério da Economia e Finanças*. Consultado em 25 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://igmozambique.wider.unu.edu/sites/default/files/Event/CISS%20-%20MEF-IGM%20conference%2C%20final.pdf>

Instituto Nacional de Estatística. (2019). Brochura de Estatísticas Demograficas e Sociais. Maputo: INE-Delegação de Maputo Cidade

IPEME – Instituto para Promoção de Pequenas e Médias Empresas (Moçambique). (s.d.). SEBRAE. Consultado em 23 de Agosto. Disponível em: <https://ois.sebrae.com.br/comunidades/ipeme-instituto-para-a-promocao-das-pequenas-e-medias-empresas-mocambique/>

Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). "Foundations of Behavioral Research." Wadsworth Cengage Learning.

Júnior, A. (2022, 7 de abril). *Mulheres empreendedoras em Moçambique debatem novos desafios na era pós-pandémica*. VOA. Consultado em 30 de Junho de 2022. Disponível em: <https://www.voaportugues.com/a/mulheres-empendedoras-em-mocambique-debatem-novos-desafios-na-era-pos-pandemica/6518729.html>

Júnior, R. M. (2015, 8 de dezembro). *PMEs de mulheres em Moçambique: estratégias de crescimento e de mitigação de riscos, formalização de empresas de mulheres*. IPEME. Consultado em 28 de Novembro de 2022. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/rogeriomarquesjunior/pmes-de-mulheres-em-moambique-estrategias-de-crescimento-e-de-mitigao-de-riscos-formalizao-de-empresas-de-mulheres>

Lewis, E. (2020). "Maternal Entrepreneurship: An Integrated Literature Review." *Journal of Family Business Management*, 10(4), 459-480.

Lima, R., & Silva, M. (2019). "Resilience and Entrepreneurial Intentions: The Mediating Role of Psychological Capital." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(3), 484-503.

Llussá, F. A. J. (2009). *Financial Development, Gender and Entrepreneurship*. (pp. ESD-WP-2009-18).

Lungu, A. E., & Bogoslov, I. A. (2020). *ENTREPRENEURSHIP IN PANDEMIC: HOW TO SUCCEED?* *Revista Economică* 72:2 (2020), 36–44.

Mações, M. A. R. (2017). *Empreendedorismo, Inovação e Mudança Organizacional - Volume III*. Lisboa: Actual

Martins, C., Santos, M. J., & Sebastião, P. (2021). *Potenciar o Espírito empreendedor*. Lisboa: IAPMEI.

Marques, J. R. (2022, 7 de março). *As principais diferenças entre empreendedorismo por Necessidade e por Oportunidade*. Instituto Brasileiro de Coaching. Consultado em 28 de Outubro de 2022. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/as-principais-diferencas-entre-empREENDEDOR-por-necessidade-e-oportunidade/>

Moçambique | Taxa de Desemprego | 1991 - 2021 | Indicadores econômicos | CEIC. (n.d.). Global Economic Data, Indicators, Charts & Forecasts | CEIC. Consultado em 10 de Outubro de 2021. Disponível em: <https://www.ceicdata.com/pt/indicator/mozambique/unemployment-rate>

Mukorera, S. Z. (2020). Is Entrepreneurship The Solution For Female Empowerment In South Africa. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 25(1), 13.

Mussagy, Ibraimo & Manjoro, Alfandega. (2015). *EmpREENDEDORISMO e Inovação em Moçambique: Panorâmica Actual*. Consultado em 2 de Novembro de 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/283644866_EmpREENDEDORISMO_e_Inovacao_em_Mocambique_Panoramica_Actual

Nunes, A., & Capontes, C. (2014). *Género e EmpREENDEDORISMO em Portugal*. - XXIV Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica.

Paiva Jr., F., Leão, A., & de Mello, S. (2004). *Competências EmpREENDEDORAS de Dirigentes de Empresas Brasileiras de Médio e Grande Porte que Atuam em Serviços da Nova Economia*. Consultado em 5 de Agosto de 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/Pn5zmxMtHXDZjTyPMhXxNsv/?format=pdf&lang=pt>

Portela, J., Hespanha, P., Nogueira, C., Teixeira, M. S., & Baptista, A. (2008). *MicroempREENDEDORISMO Em Portugal*. Lisboa: INSCOOP – Instituto António Sérgio do Sector Cooperativo.

Oliveira, G. (2002). *Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento*. *Revista da FAE*, 5 (2), 37-48.

Rodrigues, V. (2017, 10 de novembro). *Esta empresa de Maputo transforma as ideias das mulheres em negócios*. *Diário de Notícias*. Consultado em 30 de Junho de 2022. Disponível em: <https://www.dn.pt/mundo/esta-empresa-de-maputo-transforma-as-ideias-das-mulheres-em-negocios-8906509.html>

Samuel, L. (2014). *O contributo do empreendedorismo feminino no empoderamento socioeconómico da mulher*. Pemba, Moçambique

Santos, A., & Silva, B. (2017). "The Influence of Education on Entrepreneurial Intentions: A Literature Review." *International Journal of Entrepreneurship*, 21(3), 112-130.

Santos, L. A. N. d. (2014). *Empreendedorismo Feminino em Portugal* (Dissertação de Mestrado, Programa de Mestrado em Gestão de Empresas). Instituto Politécnico do Porto. Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto.

Saraiva, P. M. (2015). *Empreendedorismo e Gestão*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e Inovação* (2a ed.). Lisboa: Escolar Editora

Silva Filho, G. & Carvalho, E. (2001). *A teoria do crescimento endógeno e o desenvolvimento endógeno regional*. *Revista Económica do Nordeste*, 32 (1), 467-489.

Silva Filho, G. E. d., Barbosa, E., & Carvalho, S. (2001). *A Teoria do Crescimento Endógeno e o Desenvolvimento Endógeno Regional: Investigação das Convergências em um Cenário Pós-Cepalino*. *Revista Econômica do Nordeste*, 32, 467–482.

Silva, E. L. d., & Menezes, D. E. M. (2005). *Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação*. Florianópolis: UFSC.

Silva, J., Pereira, P., & Mendes, L. (2020). "Innovation and Entrepreneurial Success: A Longitudinal Analysis." *Journal of Business Research*, 112, 319-330.

Solow R. (1956). *A contribution to a theory of economic growth*. *Quarterly Journal of Economics*. 70 (1), 65-94.

Sosnowski, A. S. (2018). *Empreendedorismo para Leigos*. Rio de Janeiro: Alta Books.

Tajra, S. F. (2020). *Empreendedorismo: da ideia à ação*. São Paulo: Editora Expressa.

Tajra, S. F. (n.d.). *Empreendedorismo: Conceitos e Práticas Inovadoras*. Consultado em 12 de Novembro de 2021. Disponível

em:https://books.google.pt/books?id=QYuwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22SANMYA+FEITOSA+TAJRA%22&hl=pt-PT&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). *Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens*. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 10(1), 44–64.

Terjesen, S. A., & Lloyd, A. (2015). *The 2015 female entrepreneurship index*. Kelley School of Business Research Paper, (15-51).

Testas, C. P., & Moreira, F. R. (2014). *O empreendedorismo no ensino superior*. Gestão e Desenvolvimento, 22, 139-163.

Valenciano Sentanin, L. H., & Barbosa, R. J. (2005). Conceitos de Empreendedorismo. *Revista científica eletrônica de administração*, (9).

ANEXO I – GUIÃO DA ENTREVISTA

1. Qual é a sua idade?

- a) Menor de 18
- b) De 18 a 25
- c) De 26 a 30
- d) Maior de 30

2. Qual é o seu estado civil?

- a) Solteira
- b) Casada
- c) Em união de facto
- d) Viúva
- e) Divorciada

3. Tem filhos?

- a) Sim
- b) Não

4. Possui alguma habilitação académica?

- a) Apenas o ensino básico
- b) Até o Ensino secundário
- c) Ensino técnico superior
- d) Bacharelato
- e) Licenciada
- f) Pós-graduação
- g) Mestre
- h) PHD

5. Como te identificas?
- a) Apenas empreendedora
 - b) Trabalho por conta de outrem e tenho o meu empreendimento
 - c) Sou estudante e sou empreendedora
 - d) Sou estudante, sou empreendedora e trabalho por conta de outrém
6. Entre estas duas afirmações qual delas se adequa melhor a sua situação?
- a) Comecei a empreender porque identifiquei uma oportunidade no mercado
 - b) Comecei a empreender por necessidade
 - c) Comecei a empreender porque o meu salário não é suficiente para a minha subsistência
 - d) Todas as opções
 - e) A) e B)
7. Com que idade realizou o seu primeiro empreendimento?
- a) Dos 10 aos 15 anos
 - b) Dos 15 anos aos 18 anos
 - c) Dos 19 anos aos 21 anos
 - d) Dos 22 anos aos 25 anos
 - e) Dos 26 anos aos 30 anos
 - f) Com mais de 30 anos
8. O seu primeiro negócio, é o seu atual negócio?
- a) Não
 - b) Sim
 - c) Sim, porém, tenho outro a qual dedico mais tempo/recursos
9. Antes de começar a empreender, desempenhou alguma atividade por conta de outrem?
- a) Sim
 - b) Não

10. Quais são os benefícios que gerir o seu negócio lhe dá? (Coloque por ordem de importância)

- a) Me sinto realizada ___
- b) Independência pessoal ___
- c) Tenho liberdade financeira ___
- d) Trabalho com algo que eu gosto ___
- e) Posso gerir o meu tempo ___
- f) Tenho “status” de empresária ___

11. Quando criou o seu negócio preocupou-se em trazer algum tipo de inovação?

- a) Sim
- b) Não

12. Qual é a sua área de atuação?

- a) Revendedora de produtos___
- b) Estética___
- c) Área de eventos (Catering, decoração, confeção de bolos)___
- d) Consultoria___
- e) Prestadora de outro tipo de serviço___
- f) Produtora de outros tipos de bens___

13. Qual foi a forma de financiamento do seu negócio?

- a) Poupanças pessoais
- b) Poupanças informais (xitiqui)
- c) Empréstimo bancário
- d) Empréstimo de familiares/amigos/parceiro

14. Já sofreu algum obstáculo ao empreender?

- a) Sim
- b) Não

15. Se sim, quais? (Pode seleccionar mais que uma opção)

- a) Falta de financiamento
- b) Falta de apoio familiar/amigos/parceiros
- c) Burocracias/Legislação
- d) Preconceito por ser mulher
- e) Desconfiança pelo produto/serviço que presta
- f) Falta de apoio do Estado
- g) Falta de infraestruturas para o negócio
- h) Qualificação de mão de obra
- i) Acesso ao mercado
- j) Falta de motivação

16. Já pensou em desistir devido aos obstáculos?

- a) Sim
- b) Não

17. Acha que um dia será capaz de viver apenas do seu negócio?

- a) Sim
- b) Não

18. Qual é o motivo da sua resposta na pergunta 17?

19. Na sua opinião as mulheres moçambicanas são vistas como incapazes de gerir um negócio?

- a) Sim
- b) Não

20. Se respondeu que sim na pergunta 19, acha que essa ideia possa estar ligada à visão que a sociedade tem da mulher (deve cuidar da casa, dos filhos e ser sustentada pelo marido)?

- a) Sim

b) Não