

View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk

brought to you by  **CORE**

provided by Biblioteca Digital do IPB

JORNADAS
LUSO-ESPAÑOLAS
**GESTÃO
CIENTÍFICA**

O Contribuinte da Gestão para a Sustentabilidade
das Organizações e da Sociedade

LEIRIA 6.7.8 FEV 2014

ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO
Campus 2 do IPLeiria | Alto da Vieira | Leiria



EMPREENDEDORISMO

GÉNERO E EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL

Alcina Nunes alcina@ipb.pt
Carina Capontes carinamicaela85@hotmail.com
Instituto Politécnico de Bragança e GEMF
Campus de Sta Apolónia
Apartado 1134
4301-857 Bragança (Portugal)

RESUMO:

O empreendedorismo é um fenómeno que cria, inova, gera emprego e, conseqüentemente, crescimento económico. Em termos individuais surge como uma nova perspectiva de carreira tanto para homens como para mulheres. Em Portugal, a investigação relativa ao empreendedorismo feminino é relativamente escassa. Assim, este trabalho de investigação tem como objetivo quantificar o fenómeno do empreendedorismo, por género, em Portugal na primeira década deste século. Para atingir tal objetivo são aplicados a dados secundários do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) modelos de regressão logística. Verifica-se que a atividade empreendedora em Portugal, é distinta consoante o género. Os homens empreendem muito mais que as mulheres tendo-se quantificado que a probabilidade de um homem se envolver em atividade empreendedora é 2 vezes superior à das mulheres, no último ano em análise. Este valor já havia sido 3 vezes superior mostrando que as mulheres têm vindo a mostrar um interesse crescente pela atividade empreendedora.

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

ABSTRACT:

Entrepreneurship is an international phenomenon which creates, innovates and generates employment, and, therefore, economic growth. In individual terms, it arises as a new perspective of career for both men and women. In Portugal, research on this topic is relatively scarce. Thus, the purpose of this research work is to quantify the entrepreneurial phenomenon by gender in Portugal in the first decade of the XXI century. In order to achieve this goal has been applied logistic regression models to the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) secondary data. It was found that entrepreneurial activity differs in gender in Portugal. In the Portuguese economy, men start ventures more frequently than women, and, taking into account the last year analysed, men are twice more likely to start a new business than women. This figure had previously been three times superior, which shows that women are demonstrating an increasing interest in entrepreneurship.

KEY WORDS: Entrepreneurship, Gender, Woman, GEM, Portugal

1. INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo existe já há algum tempo e tem vindo a ser utilizado com diferentes significados à medida que foi evoluindo ao longo dos tempos. Apesar de não ser um conceito novo, a sua popularidade renasceu, nos últimos tempos, como se tivesse sido uma “descoberta súbita” (Sarkar, 2007). Este relançar do conceito surge com os trabalhos, fundamentais na literatura relacionada com o empreendedorismo, de Schumpeter (1934, 1942) e, mais tarde, de Drucker (1985). Atualmente, existem várias definições para o termo empreendedorismo. Por exemplo, Sousa e Serralvo (2008) adotam a definição de que empreendedorismo consiste no envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. De acordo com Duarte (2008), o empreendedorismo é considerado como um elemento primordial para a *performance* económica dos países, executando um papel

dinâmico e estrutural em todas as economias do mundo. De facto, o empreendedorismo é considerado, pelas teorias de base económica, como um fator importante para desencadear processos de crescimento e desenvolvimento económico. Associa-se o empreendedor à inovação, à criatividade e à capacidade de assumir riscos (Chaves, 2009). De acordo com Trigo (2003), fatores como a criação de emprego, o crescimento económico ou a riqueza de uma sociedade estão relacionados com a importância do empreendedorismo numa sociedade. A sociedade portuguesa não é exceção. “A promoção dum espírito empreendedor e da inovação não é mais uma opção de Portugal. É antes uma necessidade primordial” (Sarkar, 2007, p. 30). Ainda de acordo com o mesmo autor, para promover o empreendedorismo no país é necessário, não só, perceber a inovação mas, também, saber como usá-la e saber como promover internamente as boas práticas de outros países. O incremento do empreendedorismo é, assim, uma das mais importantes políticas de desenvolvimento da economia ao dispor dos governos de países com economias de mercado, como Portugal (Gaspar, 2009).

Apesar da importância crescente dada ao fenómeno do empreendedorismo, existem desigualdades no acesso à atividade empreendedora, nomeadamente aquelas que têm origem no género do empreendedor (Silveira & Gouvêa, 2008). Estes autores referem que a influência do ambiente é sentida de uma forma mais particular pelas mulheres do que pelos homens. As mulheres enfrentam desvantagens no campo do empreendedorismo em função do género, nomeadamente estereótipos de inferioridade em relação aos homens e maiores dificuldades no acesso aos recursos financeiros, o que limita o seu desempenho como empreendedoras. Por outro lado, nos últimos tempos, tem-se assistido a uma profunda mudança na sociedade que tem permitido a inclusão da mulher no acesso à atividade empresarial e a cargos que eram impensáveis em décadas anteriores (Casero, Mogollón, Escobebo & Jiménez, 2010). O tema do empreendedorismo feminino só muito recentemente se constituiu como objeto de estudo nos meios académicos. O interesse por este tema aparece ligado, simultaneamente, a dois fatores: primeiro, ao relacionamento do potencial emancipatório do empreendedorismo para as mulheres; segundo, à constatação da persistência de obstáculos à sua entrada e manutenção nesse mundo (Nogueira, 2009).

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

O programa de investigação GEM ainda não é muito conhecido no nosso país tendo vindo a ser utilizado apenas pelos seus promotores na economia portuguesa. Em Portugal os inquéritos GEM já foram aplicados em 4 anos - 2001, 2004, 2007 e 2010 - embora apenas os dados estatísticos microeconómicos para os 3 primeiros anos estejam disponíveis publicamente. De facto, deve acrescentar-se que não são, de todo, conhecidos trabalhos em Portugal que abordem a questão do género no empreendedorismo tendo como base os inquéritos realizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Este inquérito, que é aplicado a um conjunto muito vasto de economias internacionais, tem sido utilizado para diversos estudos relativos a este tema em vários países. São exemplos os trabalhos de García e Cañizares (2010), para Espanha, Casero et al. (2010), também para Espanha, e, mais em particular, para a província da Estremadura, Justo (2008), também para Espanha, e Elam (2008) que analisou a temática num conjunto de 28 países. A disponibilidade de dados para três períodos de tempo permite não só a análise da questão da atividade empreendedora por género, em termos estáticos (análise para um único período de tempo) mas, também, um estudo da evolução da problemática ao longo da última década, em Portugal. Utilizando a informação disponível para Portugal nos anos de 2001, 2004 e 2007 serão utilizados modelos de estatística inferencial como a regressão logística.

O trabalho encontra-se dividido em sete pontos. Seguindo a introdução à temática, apresenta-se a descrição dos conceitos de empreendedorismo e empreendedor. No ponto 3 apresentam-se alguns dados e factos relacionados com o empreendedorismo, em geral, em Portugal. No ponto 4 apresenta-se a base de dados e o método de análise econométrica seguindo-se a aplicação empírica. No ponto 6, são apresentados os resultados das estimações univariadas e discutem-se esses mesmos resultados e no ponto 7 conclui-se.

2. EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORES

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

Na maioria dos discursos o empreendedorismo está sempre ligado à criação de novas empresas (Costa, 2008) tendo como princípio implícito a criação de um novo negócio (num mercado novo ou num já existente). No entanto, a definição mais consensual encara o empreendedorismo como sendo a tentativa de criar valor através da descoberta e exploração de novas oportunidades de negócio (Leiria, Palma & Cunha, 2006). De facto, o empreendedorismo é entendido como “uma manifestação de liberdade dos indivíduos na resposta às suas necessidades, mas é simultaneamente um fator de promoção humana para além de um instrumento de criação de riqueza” (Portela, Hespanha, Nogueira, Teixeira, & Batista, 2008, p. 5). O empreendedorismo é considerado, pelas teorias de base económica, como um fator importante para desencadear processos de crescimento e desenvolvimento económico. Associa-se o empreendedor à inovação, à criatividade e à capacidade de assumir riscos (Chaves, 2009). O projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) define empreendedorismo como “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos” (GEM, 2007, p. 3).

Schumpeter (1934, 1942), em duas das suas obras fundamentais, expandiu o conceito de empreendedorismo com a introdução da noção de “destruição criativa”. O autor demonstrou que o empreendedor, ao incorporar inovações e novas tecnologias, contribuiu para a substituição de produtos e processos ultrapassados. Assim, o empreendedor assume não apenas papel central no avanço e desenvolvimento da economia e da sociedade como protagoniza, também, um papel fundamental na evolução da vida empresarial. Assim, a atividade empreendedora constitui-se como um terceiro fator produtivo a par do capital e do trabalho (Hagedoorn, 1996). Segundo Martins (2006), o conceito de oportunidade tornou-se central em muitas definições de empreendedorismo. Os empreendedores têm um perfil que permite ver mais as possibilidades do que os problemas causados pela mudança. “Falar de empreendedorismo não basta limitá-lo a uma perspetiva economicista, nomeadamente pela capacidade de ganhar dinheiro ou tornar-se rico. Significa muito mais do que isso. Significa a atitude psicológica materializada pelo desejo de iniciar, desenvolver e concretizar um projeto” (Martins, 2006, p. 9). Pode-se definir o empreendedorismo como a capacidade de empreender, ou seja, tomar iniciativa, buscar soluções inovadoras e agir no sentido de encontrar a solução para problemas económicos ou sociais, estimulando o desenvolvimento como um todo (Sousa & Serralvo, 2008). Note-se, no entanto, que, como Drucker (1985) afirma, o empreendedorismo não é uma característica individual de uma pessoa que indica um novo negócio mas é, também, uma características de grandes empresas, já existentes, que podem fomentar o empreendedorismo como forma de induzir inovação tecnológica aos seus produtos e/ou serviços.

Ahl (2006) e Minniti e Nardone, (2007) oferece-nos uma visão mais global do fenómeno do empreendedorismo. Refere que o subsistema empreendedor, enquanto parte do sistema social e económico de uma sociedade, desempenha duas funções: a de arbitragem entre subsistemas, designadamente entre o financiamento, a inovação e os fornecedores de fatores produtivos, e a de integrador do subsistema económico. De facto, o aumento significativo que se tem verificado na investigação académica sobre empreendedorismo acaba por ser um reconhecimento da importância que o fenómeno assume no desenvolvimento das economias, facto este já sublinhado por Schumpeter há mais de cinquenta anos, como referem Raposo e Silva (2000). Os mesmos autores afirmam que essa importância é reconhecida não só pelos investigadores como também pelo poder político. Vários governos têm destacado a importância estratégica do empreendedorismo para o desenvolvimento económico e social dos seus países. Mesmo em termos locais, o empreendedorismo começa a cimentar-se como um pilar importante de desenvolvimento (Silva & Teixeira, 2011). Muitos políticos e economistas têm agora a intuição de que o empreendedorismo influencia positivamente o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) e a geração de emprego. Numa perspetiva muito simplificada, o processo desenrola-se da seguinte forma: os empreendedores criam novos negócios que, por sua vez, geram empregos, intensificam a competitividade e podem mesmo fazer aumentar a produtividade através do progresso tecnológico. Elevados níveis de empreendedorismo podem traduzir-se, assim, em elevados níveis de crescimento económico (Acs, 2006). O incentivo ao empreendedorismo é um assunto central para as economias de mercado – tanto as desenvolvidas como as vias de desenvolvimento.

Ao falar-se de empreendedorismo, não se pode deixar de apresentar o conceito de empreendedor. Aliás, os dois conceitos estão bastante relacionados sendo, muitas vezes, difíceis de definir e distinguir (Henrekson, 2005) o que tem originado alguma literatura académica dedicada ao tema (Kobia e Sikalieh (2010), Peneder (2009) ou Hébert e Link (1989), são exemplos de autores que fazem uma revisão da literatura sobre este tema). Na atual situação social e económica torna-se imperativo estudar o comportamento do empreendedor que surgiu, dentro deste cenário, como fomentador de novos negócios e de emprego. A importância de se identificar quais são as características que formam a personalidade do empreendedor ganha importância académica e empírica passando a figurar como um dos diferenciais para implantação de políticas socioeconómicas (Roma, 2006). “Há uma longa tradição de investigação em torno da identificação dos traços essenciais de personalidade ou características pessoais relativamente estáveis dos empreendedores (*entrepreneurial traits*), com vista a compreender e explicar o próprio empreendedorismo. Há autores que entendem que os empreendedores são pessoas (sobre) dotadas, em cujo perfil se destacam, por exemplo: dotes de imaginação, autoconfiança e otimismo, traços de iniciativa, flexibilidade e tolerância ao erro, linhas de intuição e visão para negócios futuros e rasgos de originalidade” (Batista, Teixeira, & Portela, 2008, p. 5).

O empreendedor é aquele indivíduo que atua independentemente, ou como parte integrante de uma organização, que cria um novo empreendimento ou uma inovação e assume o risco de introduzi-la no mercado (Leite & Oliveira, 2007). Ainda segundo os mesmos autores é alguém que não está satisfeito com o estado das coisas e deseja construir o novo. É alguém com atitude, dinâmica e visão que está continuamente à procura de inovar. De acordo com Leite e Oliveira (2007) é errado utilizar o termo empreendedor como sinónimo de empresário, empresário é aquele que gere uma empresa, o que não implica que seja empreendedor. O empreendedor é particularmente apaixonado por riscos, mas por riscos calculados - “é aquele que deteta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela assumindo riscos calculados” (Camargo, 2005, p. 44). O empreendedor avalia os riscos e mede-os constantemente, procurando situações e projetos que representem desafios maiores. A disposição para abandonar carreiras estáveis por conta de outrem, hipoteticamente mais seguras, para partir atrás dos seus objetivos e sonhos é uma das suas características. Desta forma, o empreendedor é rápido em alterar estratégias e caminhos para ultrapassar os seus obstáculos e, sempre que necessário, assume responsabilidade pessoal pelo alcance, ou não, dos objetivos inicialmente propostos (Roma, 2006).

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

O empreendedorismo e a sua relação com vários outros temas, como o crescimento e desenvolvimento dos países (Carree & Thurik, 2010; Audretsch, Keilbach & Lehmann, 2006; Acs, 2006; Van Stel, 2005; Wong, Ho & Autio, 2005, para citar alguns exemplos) ou a melhoria da competitividade (por exemplo, Acs & Amorós, 2008; Ireland & Webb, 2007 e Kirzner, 1973) têm um campo de investigação caracterizado pela sua interdisciplinaridade e complexidade, mas também pela extensão das suas possibilidades de desenvolvimento científico (Fontenele, 2010). Variantes, ainda embrionárias do tema, reúnem a atenção de muitos investigadores. “Estão em voga, muito particularmente, temas como o empreendedorismo social, empreendedorismo nas minorias étnicas, empreendedorismo emigrante, empreendedorismo feminino ” (Nogueira, 2009, p. 12) e empreendedorismo no seio universitário (Santos & Teixeira, 2009). Em simultâneo, o tema do empreendedorismo renasce no cenário de procura de alternativas de empregabilidade procurando adaptar-se à nova realidade do mercado de trabalho (Roma, 2006). Em Portugal, por exemplo, pode mencionar-se o artigo de Batista, Escária e Madruga (2008), que tenta analisar a interdependência entre

empreendedorismo, desenvolvimento regional e criação de emprego, ou o trabalho de Batista e Thurik (2007) que analisa a relação entre o fenómeno do empreendedorismo e uma outra variável do mercado de trabalho, o desemprego.

3. O EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL

“Vários peritos referem que o nível de empreendedorismo em Portugal é muito limitado pela cultura nacional, na medida em que a população portuguesa é bastante relutante ao risco. Sobrevaleoriza-se o fracasso dos empreendedores contrariamente ao que acontece em países como o Reino Unido e os Estados Unidos, onde se encara o fracasso e os erros como oportunidade de melhoria dos serviços oferecidos. Da mesma forma, a população caracteriza-se por uma falta de capacidade empreendedora que se traduz nas oportunidades de sucesso dos empreendedores” (Sociedade Portuguesa de Inovação, 2004, p. 19). De facto, Silva, Correia, Scholten e Gomes (2008, p. 71) mencionam que “Portugal não é uma nação de empreendedores, segundo o GEM 2004 apenas 4% da população adulta pode ser classificada como empreendedora, ficando Portugal na posição 28 do ranking de países empreendedores (de entre os 34 países participantes). Um dos agentes causadores desde bloqueio é a cultura portuguesa, fortemente influenciada pelo medo de falhar”. O peso cultural da aversão ao risco, o medo social da falência e a recusa no desenvolvimento de carreiras pessoais independentes, prevalece. A independência e risco não são valores dominantes na cultura portuguesa, sendo porém importantes para a decisão e empenho em iniciativas empreendedoras (Silva et al., 2008). Por outro lado, as habilitações literárias da grande maioria dos empresários portugueses são baixas, situando-se ao nível do ensino preparatório e secundário (Leite & Oliveira, 2007). Muitas vezes, a motivação para empreender é mais forte que a capacidade necessária para conduzir um negócio sendo que a atitude relacionada com a autoavaliação (autoestima) faz com que muitos desistam da iniciativa mesmo antes desta ter sido efetivamente levada à prática (Silva et al., 2008). Em Portugal grande parte das empresas rapidamente cessa a sua atividade em virtude de não possuir capacidade financeira, operacional ou competitiva, para continuar no mercado. Uma das fragilidades dos empreendedores nacionais parece ser a falta de conhecimento do mercado (Leite & Oliveira, 2007).

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

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

Refira-se, ainda, que a atividade empreendedora *early-stage* tem ocorrido, maioritariamente, no setor orientado para o consumo. O setor que inclui atividades orientadas para o consumidor é ainda o setor de maior importância na atividade empreendedora *early-stage* portuguesa. Face ao exposto, Leite e Oliveira (2007, p. 5) referem que “a situação portuguesa exige um crescimento económico mais acelerado e o mais qualificado possível. São necessários mais empregos e maior sustentabilidade. Para isso, será necessário uma

dinâmica de empreendedorismo e criação de empresas de base tecnológica, que permita rejuvenescer a estrutura empresarial, qualificando o crescimento da economia”. De facto, o projeto GEM (GEM, 2007) verifica que a TEA é mais baixa nos setores extrativo e da transformação, sendo mais elevada nos setores orientados ao cliente organizacional e consumidor. Como já referido, esta é uma evidência que Portugal tem um caminho a percorrer, no sentido de estimular o empreendedorismo de base tecnológica que permita a criação de empresas no setor dos produtos e serviços transacionáveis.

Apesar das dificuldades e do facto de Portugal, como afirmam Leite e Oliveira (2007), se encontrar na cauda do nível de desenvolvimento em empreendedorismo - por no nosso país ainda existirem obstáculos culturais relacionados com questões de educação e de aversão ao risco - tem existido uma melhoria progressiva nas condições para o desenvolvimento do empreendedorismo. A taxa TEA calculada para Portugal ao longo dos anos tem sofrido várias oscilações - para o ano de 2001 a taxa TEA é de 7,1%, no ano de 2004 passa 4,0% e, por fim para o ano de 2007, a taxa TEA é de 8,8% (GEM, 2004; Sociedade Portuguesa de Inovação, 2004; GEM, 2007). O valor alusivo a taxa TEA registado em Portugal em 2007 é de apenas 0,3 pontos percentuais inferior à média dos países que compõem o inquérito em 2007. Para o ano de 2010 o relatório GEM apresenta para Portugal uma taxa TEA inferior a 2007 (4,5%), ou seja, em 2010 Portugal apresenta apenas 4 a 5 empreendedores *early-stage* (indivíduos envolvidos em *start-ups* ou na gestão de novos negócios), por cada 100 indivíduos em idade adulta ficando assim, em 2010, a taxa TEA abaixo da média dos países membros da União Europeia (EU) (5,2%) (GEM, 2010).

4. EMPREENDEDORISMO E GÉNERO

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

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

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

A discriminação, no entanto, está não só presente no mercado de trabalho mas é transversal à sociedade, de um modo geral. Apesar deste facto, nos últimos tempos tem sido notório o aumento da participação feminina no mercado de trabalho não só como trabalhadoras mas como empreendedoras (Gomes et al., 2009) constituindo este um facto a ter em atenção porque as mulheres representam um grupo social forte na criação de empresas (García & Cañizares, 2010). Grupo que vem crescendo ao longo dos últimos tempos (Brush, Gatewood & Henry, 2010). Esta observável crescente participação das mulheres no fenómeno do empreendedorismo tem suscitado o crescimento de um corpo de investigação científica - apesar do tema do

empreendedorismo feminino só muito recentemente se ter integrado como objeto de estudo nos meios académicos - que procura responder à necessidade de criar perspetivas de investigação, tanto genéricas como mais específicas, que melhor compreendam e expliquem o fenómeno (Bruin, Brush & Welter, 2007). O interesse por este tema surge ligado, simultaneamente, a dois fatores: primeiro, ao relacionamento com o potencial emancipatório do empreendedorismo para as mulheres; segundo, à constatação da persistência de obstáculos à sua entrada e manutenção nesse mundo (Nogueira, 2009).

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

Apesar destes avanços, o exame do comportamento empreendedor, por todo o globo, resulta numa imagem clara da diferença de géneros na criação de empreendimentos e atividade de posse de negócio. Globalmente, com a exceção do Japão, Tailândia, Peru e Brasil, onde as taxas de atividade empreendedora recente são maiores ou mais idênticas entre homens e mulheres; os homens têm maior tendência de estarem envolvidos na atividade empreendedora do que as mulheres. (Allen et al., 2007; Verheul et al., 2006). A conclusão de que, em termos de empreendedorismo, os homens são mais ativos do que as mulheres já havia sido retirada para todos os países incluídos no inquérito de 2002 do GEM (Minniti & Nardone, 2007). Portugal tal como a quase totalidade dos restantes países que participaram no inquérito GEM 2007, apresenta uma maior proporção de empreendedores do sexo masculino do que do sexo feminino (GEM, 2007). Em consequência, surge um interesse sobre o estudo do empreendedorismo feminino. No final da década de 90 segundo Minniti e Naude (2010), a área relativa ao empreendedorismo feminino tinha-se tornado um argumento para debates na comunicação social sobre empregos e mercado de trabalho. “No ambiente de negócios o empreendedorismo representa um novo setor para a atividade económica feminina. São, agora, oferecidos novos mercados e perspetivas de trabalho a mulheres para desenvolver o seu entusiasmo, energia, capacidades e competências” (Apergis & Economou, 2010, p. 375).

A importância do empreendedorismo das pequenas e médias empresas e do empreendedorismo feminino vem sendo reconhecida pelo papel que estas desempenham na criação de empregos e riqueza e na difusão da inovação (Teixeira et al., 2011; Brush et al., 2010). Minniti e Naudé (2010, p. 277) enfatizam a ideia de que “o empreendedorismo feminino é importante, para os indivíduos, para as comunidades e para os países”. Apesar da importância crescente deste fenómeno, vários estudos mostram que existem diferenças significativas na taxa de criação de novas empresas, por homens e por mulheres, um pouco por todo o planeta demonstra-se que as mulheres com muito menos probabilidade estão envolvidas em atividade empreendedora que os homens (Minniti & Nardone, 2007). Ou dito de outra forma, alguns estudos demonstram que os homens têm uma maior tendência do que as mulheres para a criação do seu próprio negócio (Casero et al., 2010). Segundo Minniti e Naude (2010), estudos recentes mostram que as taxas de domínio das empreendedores tendem a ser relativamente maiores em países em desenvolvimento do que em países desenvolvidos. Ainda segundo os mesmos autores isto deve-se ao facto de que em economias em desenvolvimento as mulheres se depararem com maiores barreiras para entrar no mercado de trabalho formal e recorrem ao empreendedorismo como uma saída do desemprego e alguma das vezes, da pobreza.

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

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

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

Estudos têm mostrado que as mulheres abrem empresas por motivos, tais como: desejo de realização e independência, perceção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional noutras empresas, necessidade de sobrevivência e como uma maneira de conciliar trabalho e família (Machado et al., 2003). “O empreendedorismo representa um novo setor para atividade económica feminina. São agora oferecidos novos mercados e perspetivas de trabalho a mulheres para desenvolver o seu entusiasmo, energia, capacidades e competências. A flexibilidade relacionada com o trabalho é identificada como um fator encorajador adicional, especialmente para mulheres que necessitam desta flexibilidade no trabalho devido às suas responsabilidades para com a família” (Apergis & Economou, 2010). Algumas das razões principais que levam as mulheres a empreender prendem-se com a satisfação das necessidades financeiras, a autorrealização e a necessidade de ter uma melhor gestão do trabalho e da família porque acreditam que assim têm uma maior agilidade para lidar com ambas as responsabilidades (Greene, Brush & Gatewoodln, 2007). Para Buttner (2001), no caso das mulheres que entram no mundo empreendedor devido ao surgimento de uma oportunidade, e não apenas por necessidade, um dos motivos que levam as mulheres a gerarem o autoemprego é a flexibilidade de horário que este tipo de trabalho proporciona. Pelo facto de ainda terem responsabilidades domésticas, procuram através da criação do próprio emprego organizar os conflitos entre a sua vida familiar e a sua vida profissional.

Contudo o empreendedorismo feminino é um fenómeno que ainda esta numa fase nascente, o interesse por este por este tema ainda é relativamente recente. Estudos demonstram que as motivações primárias das mulheres são bastante similares às dos homens como por exemplo: a rendibilidade económica, independência, a necessidade de alcançar algo e a satisfação no emprego (Greene et al., 2007). No entanto “ao contrário dos homens, as empreendedoras referem encontrar dificuldades e possível descriminação de crédito durante a fase de formação de capital” (Greene et al., 2007, p.183). Para Ahl (2006), a descriminação por parte das entidades bancárias, no que diz respeito aos empréstimos bancários, está relacionada com o facto dos negócios criados por mulheres darem poucas garantias, e assim estas entidades têm maiores dificuldades em assegurar um empréstimo. Manter o sucesso do empreendimento é mais difícil para a mulher empreendedora dada a falta de suporte afetivo e social, a dificuldade para atuar no mercado internacional ou para conseguir financiamento, o não acesso a redes, a falta de mentores, o tamanho das empresas, a falta de tempo para si mesma, a dificuldade em conciliar trabalho e família, e a ausência de modelos de referência de outras mulheres empreendedoras.

5. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR E MODELOS DE REGRESSÃO LOGÍSTICA

Os dados a utilizar neste trabalho de investigação são dados microeconómicos secundários que se encontram disponíveis publicamente e estão devidamente tratados para serem utilizados em trabalhos de investigação científica, como é o caso deste artigo. Aos dados serão aplicados modelos de regressão logística univariada. O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) “surge em 1999 como iniciativa conjunta do Babson College (Estados Unidos da América) e da London Business School (Reino Unido) (...) tendo como objetivo analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico em vários países e, simultaneamente, determinar as condições que fomentam e travam as dinâmicas empreendedoras em cada país” (GEM, 2007, p. 3). Iniciado, em 1999, com 10 países, o projeto foi-se expandindo contando, em 2004, com a colaboração de 34 países, em 2007 com 42 países e em 2010, a mais recente edição do estudo GEM,

conta com a participação de 59 países onde Portugal integra o grupo de países participantes, que inclui, também, pela primeira vez, a Região Autónoma dos Açores, no âmbito dos estudos regionais de empreendedorismo (GEM, 2010). “Trata-se do maior estudo de empreendedorismo a nível mundial” (GEM, 2007, p. 3).

Como o GEM recolhe informação nacional referente ao nível do empreendedorismo, pretendendo criar indicadores internacionais harmonizados, tal processo de recolha é complexo e exige um esforço de padronização que conta com equipas nacionais de peritos e especialistas na área científica em análise que selecionam, em cada país, uma amostra representativa da população adulta nacional (Reynolds et al., 2005). Em Portugal, as equipas nacionais contam com vários parceiros onde se destaca a Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI), o Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) e a Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento (FLAD) (GEM, 2004, 2007 e 2010). A informação é recolhida por empresas especializadas em inquéritos e estudos de mercado através de sondagens diretas e pessoais (com base num questionário padronizado para todos os países participantes) junto de uma população adulta (com idades entre 18 e 64 anos) representativa da população adulta portuguesa residente em Portugal Continental. A informação pode ser encontrada na base de dados designada por *GEM Adult Population Surveys*.

Nos modelos de regressão logística a variável dependente assume uma natureza dicotómica apresentando apenas dois valores (0 ou 1). As variáveis dicotómicas, também conhecidas como variáveis *dummy*, tomam o valor 1 ou 0 consoante um de dois resultados possíveis ocorre. Habitualmente, atribui-se o valor 1, quando se verifica a ocorrência do resultado e 0, quando não ocorre o resultado (Hosmer & Lemeshow, 2000). Estas variáveis podem ser caracterizadas por uma distribuição de Bernoulli em que para uma variável aleatória binária Y , se observam as seguintes probabilidades: $P(Y = 1) = p$ e $P(Y = 0) = 1 - p$. Por definição, a proporção de resposta em que se verifica $Y = 1$ é dada pela seguinte expressão:

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

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

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon \quad (2)$$

Onde β_0 é uma constante que representa o valor assumido pela variável dependente se esta não é influenciada por variáveis explicativas, β_1 indica a variação que ocorre na variável explicativa devido a variações que ocorrem nas variáveis explicativas e ϵ é o termo de erro estocástico. Como para variáveis dicotómicas dependentes, $0 \leq E(Y|X) = P(Y = 1|X) \leq 1$, prova-se que deve ser adoptada uma função logística representada de forma algébrica por $P(Z) = \frac{e^Z}{(1 + e^Z)}$ e, graficamente, por uma curva sigmóide (em forma de S), crescente e com valores no intervalo]0,1[. É esta função que está na base do modelo de regressão logística ao permitir o cálculo do logit, compreendido como o oposto da função logística. Assim, assumindo a expressão \ln representa o logaritmo natural, tem-se:

$$Y = \text{logit}(p) = \ln \frac{p}{1-p} = Z = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon \quad (3)$$

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

$$p = \frac{e^{\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X}}{1 + e^{\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X}} = \frac{1}{1 + e^{-(\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X)}} \quad (4)$$

Para cada modelo estimado, os coeficientes estimados fornecem uma estimativa do logaritmo natural do *odd-ratio* permitindo a estimação directa da probabilidade de ocorrência da variável explicada em análise através da função $e^{\hat{\beta}_1}$.

6. IMPACTO DO GÉNERO NA PROBABILIDADE DE PARTICIPAR EM ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Na aplicação empírica do modelo de regressão logística ao objeto de estudo deste trabalho serão expostos e discutidos os resultados da aplicação da metodologia de regressão logística a diversos modelos univariados. Nestes modelos considera-se apenas uma variável explicativa de diversos aspetos relacionados com a atividade empreendedora. Esta variável explicativa é sempre o género dos indivíduos sondados pelo GEM, em Portugal nos anos 2001, 2004 e 2007. A variável explicativa é então uma variável *dummy* que assume o valor 1, se o indivíduo for homem e 0 caso contrário (Tabela 1).

Tabela 1: Lista e definição das variáveis independentes utilizadas nos modelos de regressão logística

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

Tabela 2: Lista e definição das variáveis dependentes utilizadas nos modelos de regressão logística

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

Os modelos distinguem-se pela variável dependente para a qual se pretende estimar a probabilidade de ocorrência dado o género dos indivíduos inquiridos. As variáveis dependentes referem-se a vários aspetos relacionados com a atividade empreendedora como a taxa de criação de novas empresas, a motivação para iniciar uma atividade empreendedora, as perspetivas relativamente a tal atividade e as aspirações associadas, a capacidade exportadora, inovadora e empregadora dessa atividade empreendedora e, também, a capacidade de manter a atividade em funcionamento por um período superior a um ano (Tabela 2). A análise é feita para cada um dos anos em causa, neste trabalho.

Os resultados das estimações realizadas são apresentados de seguida. Optou-se, por apresentar os resultados associados à variável masculina (pelos valores serem de mais fácil compreensão), devendo os resultados para as mulheres serem vistos em oposição. Os resultados expostos são os chamados *odd-ratios*, ou seja, o rácio das probabilidades de ocorrência de um acontecimento. Referem-se, à probabilidade de ocorrência de um evento quando o indivíduo é do género masculino relativamente ao resultado que ocorreria caso o indivíduo fosse do género feminino, neste caso em concreto. Por exemplo, no caso da Tabela abaixo (Tabela 3) estimou-se a probabilidade de os indivíduos estarem envolvidos numa atividade empreendedora *early-stage* – TEA. Em particular, apresenta-se o número provável de vezes de um homem estar envolvido na criação ou gestão de um negócio recente relativamente a uma mulher. De um modo geral pode dizer-se que se o valor do *odd-ratio* é igual a 1 tal significa que a probabilidade de ocorrência do evento é idêntica para o grupo de observações em causa e para o grupo de observações restante (neste caso a probabilidade de um homem estar envolvido em TEA seria idêntica à probabilidade de uma mulher estar também envolvida). Caso o valor seja superior a 1, a probabilidade de ocorrência do evento é superior para o grupo de observações em análise (aqui, optou-se pelo grupo de observações masculinas). Caso o valor do *odd-ratio* seja inferior a 1 ocorre exatamente a situação oposta. O valor apresentado do *odd-ratio*, em função do coeficiente estimado, mostra ainda uma vantagem adicional – o cálculo simples e imediato da probabilidade associada a cada fator explicativo. Nas tabelas que se apresentam a seguir para além dos *odd-ratios* estimados apresentam-se os resultados para 2 testes à precisão de ajustamento dos modelos: o Pseudo- R^2 de McFadden e o logaritmo de máxima verosimilhança. Apresenta-se ainda o número de observações consideradas em cada modelo e para cada ano.

Tabela 3: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em TEA, por motivo e ano

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

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

Olhando para o modelo (1), que pretende estimar o efeito do género masculino na taxa de criação de novas empresas, verifica-se que para o ano de 2001, os homens tem cerca de 3 vezes (mais precisamente, 2,937 vezes) mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA do que as mulheres. Este valor é estatisticamente

significativo ao nível de significância de 1%, ou seja, tem-se 99% de confiança que o resultado esta correto. Este valor pode transforma-se numa taxa de probabilidade se se realizar a seguinte operação, $e^{2,937}$. Assim, verifica-se que, para 2001, os homens apresentam 74,6% de probabilidade de estarem envolvidos em TEA, enquanto as mulheres apresentam apenas 25,4%. Os testes de precisão do ajustamento indicam que este é um bom modelo. Para o ano de 2004 para esta mesma variável observa-se que os homens baixam a sua probabilidade de estarem envolvidos em TEA, relativamente às mulheres – só 1,256. Este valor, deve, no entanto, ser visto com cuidado já que não apresenta significância estatística. Ao longo desta análise vai verificar-se que só muito esporadicamente os modelos apresentam significância estatística para o ano de 2004, não podendo por isso retirarem-se conclusões importantes relativamente a este ano. Por este motivo, só em casos excecionais se referirá especificamente a este ano, na discussão dos resultados. Em 2007 os homens tem cerca de 2 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA do que as mulheres. Note-se que embora os homens tenham mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA começam em 2007 a "perder terreno" para as mulheres. Veja-se que as mulheres têm uma probabilidade de estarem envolvidas em TEA de 33,4% e os homens de 66,6%. Comparando com 2001 existe um aumento de cerca de 8% de probabilidades das mulheres estarem envolvidas em TEA. Observando a variável TEA por oportunidade, no ano de 2001, visualiza-se que os homens têm mais 3,45 vezes de probabilidade de iniciarem um negócio por oportunidade, correspondente a 77,5% de probabilidade de os homens estarem envolvidos em TEA relativamente a uma probabilidade de apenas 22,5% para as mulheres. Em 2007 os homens continuam a apresentar uma probabilidade superior à das mulheres, no entanto, esta desce para apenas 2,113 vezes (67,9% de probabilidade de um homem iniciar um negócio por oportunidade quando a mulher se limita aos 32,1%). Também é notório que comparando com os anos anteriores os homens estão a "perder terreno" para as mulheres que parecem começar a aproveitar as oportunidades para criar negócios. O modelo que analisa a probabilidade de um homem se envolver na criação de um negócio por necessidade (modelo 3) não apresenta qualquer significância estatística para todos os anos em estudo. Da Tabela 3 é possível concluir que, em Portugal, que são os homens que continuam a apresentar mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA do que as mulheres, no entanto, com o passar dos anos, as mulheres mostram um maior interesse pela atividade empreendedora. Relativamente à TEA por oportunidade e à TEA por necessidade, verifica-se que os homens são os mais envolvidos em TEA por oportunidade do que as mulheres, no entanto já como foi referido anteriormente as mulheres estão a conquistar "terreno" aos homens no empreendedorismo por oportunidade. Relativamente a TEA por necessidade as mulheres aproximam-se mais dos valores dos homens e em 2004 até apresentam uma percentagem maior do que os homens (apresentar de os resultados não apresentarem significância estatística).

Na Tabela seguinte (Tabela 4) apresentam-se os resultados estimados para a capacidade exportadora associada à TEA.

Tabela 4: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora com diferentes efeitos exportadores, por ano

Modelo	Variável	2004	2007	
(4)	Variável dependente	2,234 (2,739)	2,623** (1,184)	
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	1000	2023
		LR X ² (1)	0,46	5,04**
		Pseudo R ²	0,011	0,019
(5)	Variável dependente	3 (3,644)	1,652 (0,742)	
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	32	174
		LR X ² (1)	0,92	1,31
		Pseudo R ²	0,038	0,008
(6)	Variável dependente	4,5* (3,636)	1,4 (0,464)	
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	32	174
		LR X ² (1)	3,82*	1,02
		Pseudo R ²	0,090	0,005

Em termos genéricos, é possível concluir que continua a ser o género masculino aquele que mais está associado a uma atividade empreendedora com efeitos exportadores. Iniciando a análise no modelo (6) é

possível verificar que em 2004, com 90% de certeza, os homens apresentam 4,5 mais probabilidade de estarem envolvidos em atividades com algum cliente estrangeiro (alguma exportação) do que as mulheres. Em 2007 este valor baixa para apenas 1,4 o que mostra que o género parece deixar de ser tão determinante em termos de atividade empreendedora com capacidade de exportação. No entanto, esta variável deixa de ter significância estatística para o ano de 2007. Os modelos (4) e (5) quantificam a capacidade exportadora da atividade empreendedora sendo que a variável dependente é medida pela percentagem indicada de clientes a residir no estrangeiro. Em termos mais específicos pode dizer-se que, no modelo (4) para o ano de 2004, os homens apresentam cerca de 2,234 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos nas exportações do que as mulheres. Para um nível de significância de 5%, verifica-se que em 2007 os homens têm cerca de 2,623 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos na TEA com mais de 50% de clientes no estrangeiro do que as mulheres. Quando o número de clientes estrangeiros baixa para os 25% não é possível retirar conclusões definitivas. Para ambos os anos em análise, os resultados estimados não apresentam significância estatística. Anteriormente esteve-se a analisar a probabilidade dos homens, relativamente às mulheres, estarem envolvidos em TEA com capacidade de exportação tendo-se concluído que são os homens que continuam a dominar o mercado das exportações face às mulheres. Ou seja, para além dos homens se envolverem mais em atividade empreendedora, em relação às mulheres, também são estes que se envolvem em negócios com intuito exportador. As mulheres não se envolverão em negócios com tal capacidade. Apesar desta conclusão, note-se que estas estão cada vez mais próximas dos valores apresentados pelos homens.

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

Tabela 5: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora que utilize diferentes graus de tecnologia, por ano

Modelo	Variável	2001	2004	2007
(7)	Variável dependente	---	1,114	1,721
	TEA nova tecnologia	---	(1,578)	(0,698)
	N	---	1000	2023
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	LR X^2 (1)	---	0,01
	Pseudo R^2	---	0,000	0,007
(8)	Variável dependente	0,542	---	---
	TEA utilização tecnologia	(0,665)	---	---
	N	2000	---	---
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	LR X^2 (1)	0,26	---
	Pseudo R^2	0,006	---	---
(9)	Variável dependente	2,912***	1,372	2,254***
	TEA não utilização de tecnologia	(0,486)	(0,286)	(0,288)
	N	2000	1000	2023
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	LR X^2 (1)	45,03***	2,30
	Pseudo R^2	0,036	0,004	0,024

Os valores apresentados nos modelos (7) e (8) não apresentam significância estatística. Assim, não é possível retirar conclusões para a população portuguesa relativamente à relação do empreendedorismo nacional com utilização de nova tecnologia ou de média e elevada tecnologia. O mesmo não acontece para a probabilidade de criação de negócios que implicam a utilização de pouca ou nenhuma tecnologia. No modelo (9) apresenta para os homens cerca de 2,912 vezes mais probabilidade de não empregarem tecnologia nos seus negócios do que as mulheres, em 2001. Em termos de medida de probabilidade, o valor estimado indica que os homens apresentam 74,4% de probabilidade de iniciarem um negócio que utilize pouca ou nenhuma tecnologia enquanto para as mulheres o valor desce para os 25,6%. Em 2007, os homens possuem cerca de 2,254 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA com utilização de pouca ou nenhuma tecnologia do que as mulheres. A inovação associada ao empreendedorismo não se restringe apenas à tecnologia empregue mas deve estender-se também ao tipo de produto/serviço oferecido. Seguidamente (Tabela 6) serão apresentados os resultados da estimação do modelo que tenta averiguar do impacto do género do empreendedor na oferta de um produto/serviço que é novo para o consumidor.

Quadro 6: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora com efeito inovador em termos de produto/serviço oferecido, por ano

Modelo	Variável	2004	2007
(10)	Variável dependente	2,249 (1,385)	2,139** (0,569)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N LR X ² (1) Pseudo R ²	1000 2023 1,85 0,014
			0,015

O modelo (10) apresenta o resultado para a relação entre a probabilidade de um homem criar um negócio que oferece um produto/serviço inovador relativamente à probabilidade de uma mulher fazer o mesmo. Se 2004, embora sem significância estatística, os homens apresentam 2,249 mais probabilidade que as mulheres de estarem envolvidos na produção/oferta de novos produtos/serviços, em 2007 este valor, já apresentando significância estatística ao nível de 5%, desce para 2,139. Em termos de probabilidade, este valor corresponde, para os homens, a uma probabilidade de 68,1% de estarem envolvidos em atividade empreendedora *early-stage* que oferece um novo produto/serviço ao cliente e, para as mulheres, a uma probabilidade de 31,9%. Com uma forte relação com a oferta de novos produtos encontra-se a existência (ou não) de potenciais concorrentes no mercado. Na tabela seguinte (Tabela 7) pode observar-se a relação entre a probabilidade de homens e mulheres iniciarem um negócio que não está sujeito a concorrência no mercado.

Tabela 7: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora que não encontra concorrência no mercado, por ano

Modelo	Variável	2004	2007
(11)	Variável dependente	0,557 (0,682)	2,584* (1,38)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N LR X ² (1) Pseudo R ²	1000 2023 0,24 0,006
			0,018

Observando os resultados do modelo (11) verifica-se que estes não apresentam significância estatística para o ano de 2004, como tem acontecido na generalidade dos modelos anteriores. Em 2007, para um nível de significância de 10%, os homens apresentam cerca de 2,584 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos num negócio sem concorrência no mercado do que as mulheres. Este resultado poderá estar relacionado com os resultados do modelo (10) apresentado na Tabela 6. Neste modelo havia-se verificado que os homens também apresentavam uma maior probabilidade de estar mais envolvidos com a produção/oferta de novos produtos/serviços do que as mulheres. Sendo novos, os produtos/serviços não serão oferecidos por outras empresas e assim os novos empreendedores apresentam-se com menos concorrentes. Na tabela seguinte mostram-se os resultados dos modelos que estudam a probabilidade dos homens criarem negócios com diferente número de proprietários. São apresentados os resultados do modelo para a probabilidade de criação de um negócio apenas com 1 dono, com 2 a 4 donos e, por fim, com 5 a 10 donos.

Verifica-se, tendo em conta os resultados do modelo (12) que estima a probabilidade de um homem estar envolvido em TEA com apenas 1 dono, que em 2001 os homens possuíam cerca de 2,514 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em atividades com apenas um proprietário do que as mulheres. Em 2004 esta variável deixa de ter significância estatística voltando a apresenta-la para 2007. Neste ano os homens apresentam cerca de 1,998 vezes mais de probabilidade de estarem envolvidos em TEA com 1 proprietário do que as mulheres. A redução do valor é significativa o que pode indiciar que cada vez mais as mulheres não temem iniciar-se numa atividade empreendedora sozinhas. Quando se analisa a criação de negócios com 2 a 4 proprietários verifica-se que os homens apresentavam, em 2001, cerca de 3,453 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos neste tipo de negócios do que as mulheres. Este valor, baixa drasticamente em 6 anos com os homens a apresentarem apenas 1,827 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em TEA com 2 a 4 donos do que as mulheres. Esta diminuição revela que as mulheres têm vindo a equiparar-se aos homens no que respeita à criação de negócios quando estão outros envolvidos. Para o modelo (14) nenhum dos resultados estimados apresenta significância estatística não sendo possível concluir nada acerca da probabilidade de criação de empresas em que há 5 ou mais pessoas envolvidas na sua propriedade.

Tabela 8: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora consoante o número de proprietários da atividade, por ano

Modelo	Variável	2001	2004	2007	
(12)	Variável dependente	TEA 1 dono	2,514** (0,788)	0,954 (0,38)	1,998** (0,479)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR X ² (1)	9,43**	0,01	8,74**
		Pseudo R ²	0,021	0,000	0,013
(13)	Variável dependente	TEA 2 a 4 donos	3,345*** (1,125)	3,373 (2,762)	1,827** (0,411)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR X ² (1)	14,95***	2,57	7,43**
		Pseudo R ²	0,033	0,028	0,010
(14)	Variável dependente	TEA 5 a 10 donos	2,173 (2,663)	1,114 (1,578)	2,149 (1,181)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR X ² (1)	0,43	0,01	2,06
		Pseudo R ²	0,009	0,000	0,011

O número de proprietários de um negócio é um facto importante mas não menos importante é a análise do número de empregos criados pela criação de uma nova atividade. Na Tabela 9 é possível observar os resultados para o impacto do género, medido em termos probabilísticos, na criação de emprego através da atividade empreendedora. São apresentados três modelos que se distinguem pelo número de empregos criados. O modelo (15) estima o impacto do género na criação de negócios que não geram emprego, o modelo (16) estima o impacto do género na criação de negócios que empregam 1 a 5 trabalhadores e, finalmente, o modelo (17) estima o impacto do género na criação de negócios que geram 6 ou mais empregos.

Tabela 9: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido em atividade empreendedora consoante o número de empregos gerados pela atividade empreendedora, por ano

Modelo	Variável	2001	2004	2007	
(15)	Variável dependente	TEA 20 empregados	---	---	3,951** (2,579)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	959	---	2023
		LR X ² (1)	0,000	---	5,44**
		Pseudo R ²	0,000	---	0,033
(16)	Variável dependente	TEA 5 empregados	4,959** (2,75)	3,357 (3,882)	2,295** (0,605)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR X ² (1)	10,93***	1,28	10,67**
		Pseudo R ²	0,045	0,025	0,018
(17)	Variável dependente	TEA sem empregados	1,65 (0,751)	0,890 (0,599)	0,799 (0,354)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N	2000	1000	2023
		LR X ² (1)	1,18	0,03	0,26
		Pseudo R ²	0,005	0,003	0,001

O modelo (15) não apresenta, para os três anos em estudo, resultados com significância estatística pelo que não é possível retirar conclusões para a população portuguesa no que se refere ao impacto do género na criação de negócios que não geram emprego. É, no entanto, possível retirar conclusões estatisticamente significativas para os outros dois escalões em análise. Para a criação de negócios que geram de 1 a 5 empregos verifica-se que, em 2001, os homens apresentavam cerca de 2,610 vezes mais probabilidade de terem 1 a 5 empregados nos seus negócios do que as mulheres. Em termos de probabilidade este valor corresponde a uma probabilidade de 72,3% para os homens e 27,7% para as mulheres. Em 2004, os homens apresentavam cerca de 3,943 vezes mais probabilidade de terem nos seus negócios 1 a 5 empregados do que as mulheres. Em 2007, os homens apresentavam apenas 1,945 vezes mais probabilidade de terem nos seus negócios 1 a 5 empregados do que as mulheres. Com os resultados do modelo (16) é notório que, com o

passar dos anos, as mulheres têm vindo a aproximar-se dos homens relativamente ao número de empregados nos seus negócios. Para o modelo (17) só se apresentam resultados para o ano de 2007. Este modelo mede o impacto do género na probabilidade de um negócio gerar 6 ou mais empregos. Verifica-se que os homens apresentam cerca de 5,387 vezes mais probabilidade de terem 6 ou mais empregados nos seus negócios do que as mulheres, este valor apresenta uma significância estatística de 5%. Este valor corresponde a 84,3% de probabilidade de um homem criar um negócio que gere 6 ou mais empregos sendo que as mulheres se cingem a uma probabilidade de apenas 15,7. Daqui se pode inferir que mesmo que as mulheres se tenham começado a envolver mais na atividade empreendedora, nos últimos anos, os homens são quem cria negócios de maior dimensão. As mulheres vêm “ganho terreno” apenas nos negócios de menor dimensão, aqui medida pelo número de empregados.

Conclui-se a análise do impacto do género na atividade empreendedora com a análise do impacto do género no encerramento de empresas. Os resultados apresentam-se na Tabela 10. Os homens apresentam maior probabilidade de iniciar um negócio, do que as mulheres, mas também apresentam uma maior probabilidade de o encerrar. Em 2007 os homens apresentavam cerca de 2,16 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos no encerramento de negócios do que as mulheres. Com 68,4% de probabilidade um homem encerrou uma empresa antes de inquirido em 2007 enquanto as mulheres só o fizeram com 31,6% de probabilidade.

Tabela 10: Estimação da probabilidade de um homem estar envolvido no encerramento de uma empresa nos últimos 12 meses, por ano

Modelo	Variável	2004	2007
(18)	Variável dependente	0,928 (0,565)	2,16** (0,52)
	Testes de precisão do ajustamento do modelo	N LR X ² (1) Pseudo R ²	2023 10,84** 0,016

7. CONCLUSÕES

Em Portugal as mulheres estão menos envolvidas na atividade empreendedora do que os homens. Apesar da pouca proporção de mulheres empreendedoras estas apresentam uma evolução crescente ao longo dos anos o que leva a concluir que as mulheres portuguesas têm vindo a mudar a sua perceção relativamente ao empreendedorismo e que demonstram um interesse crescente ao logo dos anos conquistando “terreno” aos homens nesta matéria. Se em 2001 os homens apresentavam cerca de 3 vezes mais probabilidade de iniciar uma atividade empreendedora em relação às mulheres, em 2007 este valor desce para apenas 2 vezes mais indiciando uma tendência de mudança. Em simultâneo, verificou-se ainda que são os homens que em maior percentagem gerem (sozinhos ou com outros) um negócio que vende bens ou serviços.

Para se verificar qual a razão que leva os inquiridos a empreender, nomeadamente se o fazem para aproveitar uma oportunidade ou por necessidade, foi pertinente analisar as variáveis que medem tais motivações. Em 2007 os homens apresentavam uma probabilidade 2,113 vezes superior à das mulheres de iniciar um negócio por oportunidade (existia 67,9% de probabilidade de um homem iniciar um negócio por oportunidade quando a probabilidade de uma mulher se limitava aos 32,1%). Conclui-se que são os homens que tiram maior partido das oportunidades de negócio em relação as mulheres. As mulheres iniciam um negócio por não existirem melhores oportunidades de trabalho. No que se refere à atividade empreendedora *early-stage* por motivo de necessidade as percentagem são muito idênticas entre os homens e as mulheres.

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

Relativamente ao facto dos empreendedores referirem terem clientes habituais no estrangeiro são as mulheres que apresentam uma maior percentagem de respostas positivas. Note-se, no entanto, que, de um modo geral, tanto as mulheres como os homens têm ainda poucos clientes habituais no estrangeiro. Em termos de criação de emprego são as mulheres que criam menos emprego nos seus negócios. Verificou-se que os homens possuem cerca de 5,4 vezes mais probabilidade de estarem envolvidos em negócios que geram 6 ou mais empregos do que as mulheres. A diferença entre os géneros, em termos de criação de empregos e dimensão das empresas, é bastante visível e notória na economia portuguesa.

Demonstra-se algo que é do entendimento comum - em Portugal ainda são os homens que dominam o fenómeno do empreendedorismo mas as mulheres estão cada vez mais interessadas na atividade empreendedora.

BIBLIOGRAFIA

- Acs, Z. J. & Amorós, J. E. (2008): "Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America", *Small Business Economics*, Vol. 31, Nº 3, pp. 305-322.
- Acs, Z. (2006): "How is entrepreneurship good for economic growth?", *Innovations*, Vol. , Nº 1, pp. 97-107
- Ahl, H. (2006): "Why research on women entrepreneurs needs new directions", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 30, Nº 5, pp. 595-621.
- Allen, E., Langowitz, N., Elam, A. & Dean, M. (2007). The Global Entrepreneurship Monitor 2007 Report On Women and Entrepreneurship.
- Apergis, N. & Economou, V. P. (2010), "Incentives and female entrepreneurial activity: evidence from panel firm level data", *International Advances in Economic Research*, Vol. 16, Nº 4, pp. 371-387.
- Batista, A., Teixeira, M. S., & Portela, J. (2008): "Motivações e obstáculos ao empreendedorismo em Portugal e propostas facilitadoras". *Livro de atas do 14º Congresso da APDR, Tomar – Portugal*, pp. 1-14.
- Batista, R., Escária, V. & Madruga, P. (2008), "Entrepreneurship, regional development and job creation: the case of Portugal", *Small Business Economics*, Vol. 30, Nº 1, pp. 49-58.
- Batista, R. & Thurik, A. R. (2007): "The relationship between entrepreneurship and unemployment: is Portugal an outlier?", *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 74, Nº 1, pp. 75-89.
- Bruin, A., Brush, C. G. & Welter, F. (2007): "Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 31, Nº 3, pp. 323-339.
- Brush, C. G., Gatewood, E. J. & Henry, C. (2010): Introduction: women entrepreneurs and growth. In, Brush, C. G., Brun, A., Gatewood, E. J. & Henry, C. (Eds), *Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: a Research Perspective*, 1-18.
- Buttner, E. H. (2001): "Examining female entrepreneurs management styles: An Analysis Using a Relational Frame", *Journal of Business Ethics*, Vol. 29, pp. 253-269.
- Bygrave, D. W. (2004): The entrepreneurial process. In Bygrave and Zacharakis(Eds), *The Portable MBA in Entrepreneurship* (3rd Edition), John Wiley and Sons: Hoboken, NJ.
- Camargo, M. S. (2005): "Fundador versus sucessor: estudo comparativo das características comportamentais empreendedoras dos empresários de empresas familiares do município de Chapecó –SC", *Pós - Graduação em Administração*, Universidade regional de Blumeau.
- Carree, M. A. & Thurik, R. A. (2010): "The impact of entrepreneurship on economic growth", In Acs, Z. J. & Audretsch, D. B. (Eds), *Handbook of entrepreneurship research: an interdisciplinary survey and introduction* (2nd Edition), Springer, New York.
- Casero, J. C., Mogollón, R. H., Escobebo, M. I. & Jiménez, M. V. (2010): "Actividad emprendedora y género. Um Estudio Comparativo", *Revista Europea de Dirección y Economía la Empresa*, Vol. 19, Nº 2, pp. 83-98.
- Chaves, M. R. (2009): "Empreendedorismo na escola: a emergência de um outro paradigma na educação/formação", *Dissertação de Mestrado em Sociologia: Sociedade Portuguesa Contemporânea, Estruturas e Dinâmicas*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Costa, A. M. (2008): "Empreendedorismo, deslocalização de empresas e indemnizações: um estudo de caso no setor da cerâmica em Portugal", *Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas*, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.
- Díaz-García, M. C. & Jiménez-Moren, J. (2010): "Entrepreneurial intention: the role of gender", *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 6. Nº 3, pp. 261-283.
- Drucker, P. F. (1985): *Innovation and entrepreneurship. practice and pinciples* (1st Edition), Harper & Row, New York.
- Duarte, R. M. (2008): "Determinantes de empreendedorismo: o papel dos BIC", *Dissertação de Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico*, Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Elam, A. B. (2008): "Gender and entrepreneurship across 28 countries: a multilevel analysis using GEM data". *PhD Dissertation in Sociology*, Chapel Hill: University of North Carolina.
- Comissão Europeia. (2003). Livro verde: espírito empresarial na Europa. Bruxelas.
- Fontenele, R. E. (2010): "Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas", *Revista de Administração Contemporânea*, Vol. 14, Nº 6, pp. 1094-1112.
- Freire, D. A., Corrêa, R. & Ribeiro, H. C. (2011). Género e empreendedorismo: um olhar sobre a pesquisa do G.E.M. - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo e Inovação.
- García, F. J. & Cañizares, S. M. (2010): "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género", *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 28, Nº 3, pp. 1-28.
- Gaspar, F. (2009): O Processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso, Sílabo, Lisboa.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2004): Avaliação do potencial empreendedor em Portugal - The Global Entrepreneurship Monitor, Projeto GEM Portugal 2004. <http://www2.spi.pt/gem/docs/GEM2004Portugal-PublishedReport-Portuguese.pdf>, acedido em 31 de outubro 2011.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2007): "Avaliação do potencial empreendedor em Portugal - The Global Entrepreneurship Monitor, Projeto GEM Portugal 2007", <http://www.spi.pt/Downloads/GEM.pdf>, acedido em 31 outubro de 2011.

- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2010): “Avaliação do potencial empreendedor em Portugal - The Global Entrepreneurship Monitor, Projeto GEM Portugal 2010”, <http://www.spi.pt/Downloads/GEM.pdf>, acessado em 20 janeiro de 2011.
- Gomes, A. F., Santana, W. G., Antonialli, L. M. & Correia, E. L. (2009), “Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense”, *Revista de Gestão USP*, Vol. 16, Nº 1, pp. 69-87.
- Greene, P. G., Brush, C. G. & Gatewood, E. J. (2007): Perspectives on women entrepreneurs. In, Minniti, M. (Ed), *Entrepreneurship: the engine of growth*, Volume I: People 181-204, Praeger Publishers. Westport, CT.
- Hagedoorn, J. (1996): “Innovation and entrepreneurship: Schumpeter revisited”, *Industrial and Corporate Change*, Vol. 5, Nº 3, pp. 883-896.
- Hébert, R. F. & Link, A. N. (1989): “The meaning of entrepreneurship: a modular concept”, *Small Business Economics*, Vol. 1, Nº 1, pp. 39-49.
- Henrekson, M. (2005): “Entrepreneurship: a weak link in the welfare state?”, *Industrial and Corporate Change*, Vol. 14, Nº 3, pp. 437-467.
- Hosmer, D. W. & Lemeshow, S. (2000): *Applied Logistic Regression* (2nd Edition), John Wiley & Sons, USA.
- Justo, R. (2008): “La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras”, *Tesis Doctoral, Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo*, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, Espanha.
- Kirzner, I. M. (1973): *Competition and entrepreneurship*, The University of Chicago Press.
- Kobia, M. & Sikali, D. (2010): “Towards a search for the meaning of entrepreneurship”, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 34, Nº 2, pp. 110-127.
- Leiria, A. C., Palma, P. J. & Cunha, M. P. (2006): “O Contrato psicológico em organizações empreendedoras: perspectivas do empreendedor e da equipa”, *Comportamento Organizacional e Gestão*, Vol. 12, Nº 1, pp. 67-95.
- Leite, A. & Oliveira, F. (2007): Empreendedorismo e novas tendências, Estudo Edit Value Empresa Júnior 5.
- Lindo, M. R., Cardoso, P. M., Rodrigues, M. E. & Wetzel, U. (2007): “Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro”, *Revista de Administração Contemporânea*, Vol. 1, Nº 1, pp. 1-15.
- Machado, V. H., St-Cyr, L., Mione, A. & Alves, M. C. (2003), “O Processo de criação de empresas por mulheres”, *Revista de Administração Económica*, Vol. 2, Nº 2, pp 1-22.
- Marlow, S. & Patton, D. (2005), “All credit for men? Entrepreneurship, finance and gender”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 29, Nº 6, pp. 717-735.
- Martins, S. P. (2006): “Indicadores para medir o empreendedorismo em regiões Europeias”, *Dissertação de Mestrado em Gestão da Ciência, Tecnologia e Inovação*. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial Universidade de Aveiro.
- Minniti, M. (2011): “Female entrepreneurship and economic activity. *European Journal of Development Research*”, Vol. 22, pp. 294-312.
- Minniti, M. & Nardone, C. (2007): “Being in someone else’s shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship”, *Small Business Economics*, Vol. 28 Nº 2-3, pp. 223-238.
- Minniti, M. & Naude, W. (2010): “What do we know about the patterns and determinants of female?”, *European Journal of Development Research*, Vol. 22, Nº 3, pp. 277-293.
- Muniz, C. N. (2008): “Atitude empreendedora e suas dimensões: um estudo em micro e pequenas empresas”, *Pós - Graduação em Administração*. Universidade de Brasília, Brasil.
- Nogueira, C. I. (2009): Mulheres com negócios contributos para uma avaliação do potencial emancipatório do empreendedorismo feminino, *Dissertação de Mestrado em Sociologia*, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.
- Peneder, M. (2009): “The meaning of entrepreneurship: a modular concept”, *Journal of Industry, Competition and Trade*, Vol. 9, Nº 2, pp. 77-99.
- Portela, J., Hespanha, P., Nogueira, C., Teixeira, M. S. & Batista, A. (2008), *Microempreendedorismo em Portugal. experiências e perspectivas*, Lisboa.
- Raposo, M. & Silva (2000): “Entrepreneurship: uma nova área do pensamento científico”, *Revista de Gestão e Economia*, Nº 1/2000, pp. 57-64.
- Reynolds, P.D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., de Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. and Chin, N (2005): “Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998 –2003”, *Small Business Economics*, Vol. 24, Nº 3, pp. 205–231.
- Roma, V. M. (2006): “O Empreendedor brasileiro- um estudo exploratório sobre personalidade, inteligência emocional e desempenho”, *Dissertação de Mestrado Profissionalizante em Administração*, Faculdade de Economia e Finanças IBMEC, Rio de Janeiro.
- Santos, C. & Teixeira, A. C. (2009): “The evolution of the literature on entrepreneurship. Uncovering some under researched themes”, *FEP working papers*, 335, Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Portugal.
- Sarkar, S. (2007): *Empreendedorismo e inovação*, Escolar Editora, Lisboa.
- Schumpeter, J. A. (1934): *The theory of economic development*, Harvard University Press, Cambridge: MA.
- Schumpeter, J. A. (1942): *Capitalism, socialism and democracy*, George Allen & Unwin, New York.
- Silva, C. & Teixeira, A. (2011): “Empreendedorismo político em Portugal. uma análise exploratória”, *FEP working papers*, 427, Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Portugal.
- Silva, M. A., Correia, M. F., Scholten, M. & Gomes, L. F. (2008): “Cultura nacional e orientação empreendedora: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal”, *Comportamento Organizacional e Gestão*, Vol. 14, Nº 1, pp. 65-84.
- Silveira, A. & Gouvêa, A. B. (2008): “Empreendedorismo Feminino: Mulheres Gerentes de Empresas”, *Faces Revista de Administração*, Vol. 7, Nº 3, pp. 124-138.
- Sociedade Portuguesa de Inovação (2004): *Relatório síntese estudo de avaliação do potencial empreendedor em Portugal em 2004 Projeto GEM Portugal 2004*, Porto.
- Sousa, D. P. & Serralvo, F. S. (2008): “Um novo modelo de administração: o empreendedorismo corporativo”. *Revista Científica da Faculdade das Américas*, Vol. II, Nº 1, pp. 1-12.
- Van Stel, A. C. (2005): “The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*”, Vol. 24, Nº 3, pp. 311-321.
- Verheul, I., Van Stel, A. & Thurik, R. (2006): “Explaining female and male entrepreneurship at the country level”, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 18, pp. 151-183.
- Wong, P. K., Ho, Y. P. & Autio, E. (2005): “Entrepreneurship, innovation and economic growth. Evidence from GEM data”, *Small Business Economics*, Vol. 24, Nº 3, pp. 335-350.