



***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do  
Instituto Politécnico do Porto***

Mestranda Joana Neves Pereira

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

Orientador: Prof. Doutor Orlando Lima Rua

Porto, junho de 2016

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

**Índice**

<b>Agradecimentos</b>	<b>5</b>
<b>Resumo</b>	<b>6</b>
<b>Resumen</b>	<b>6</b>
<b>Abstract</b>	<b>7</b>
<b>Introdução</b>	<b>8</b>
<b>Capítulo 1. Perspetivas sobre o empreendedorismo</b>	<b>9</b>
1.1. Empreendedorismo: a força motriz da mudança. Da origem etimológica da palavra	9
1.2. Perspetivas sociais e económicas sobre o empreendedorismo. Do contexto para o(s) processo(s) de empreender	10
<b>Capítulo 2. O empreendedorismo como fator produtivo e o empreendedor</b>	<b>16</b>
2.1. Empreendedorismo: o terceiro fator produtivo (para além do capital e do trabalho)	16
2.2. Empreendedorismo: evolução e características de um conceito	18
2.3. O perfil do empreendedor	26
2.4. Empreendedorismo e crescimento económico	29
2.5. Empreendedorismo e criação de empresas e emprego	33
<b>Capítulo 3. O empreendedorismo feminino</b>	<b>36</b>
3.1. Empreendedorismo no feminino: o significado do género	36
3.2. Impactos do género no processo empreendedor	37
3.3. Indicadores sobre diferenças de género em Portugal	39
3.4. A mulher a empreender: a transposição de gestos de casa para um negócio	46
<b>Capítulo 4. Estudo empírico</b>	<b>49</b>
4.1. Introdução ao exercício de observação sistemática sobre as <i>Empreendedorismo feminino no Ensino Superior a partir de uma análise do Instituto Politécnico do Porto</i>	49
4.2. Apresentação dos resultados	49
<b>Considerações finais</b>	<b>74</b>
<b>Referências bibliográficas</b>	<b>76</b>
<b>Anexos</b>	<b>84</b>
<b>I – Declaração de aceitação de orientação de Dissertação</b>	<b>85</b>
<b>II – Pedido de orientação para elaboração do questionário</b>	<b>86</b>
<b>III – Questionário</b>	<b>87</b>
<b>IV- Pedido para divulgação do questionário aos alunos do IPP</b>	<b>97</b>

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Fases do processo de criação de novos produtos e serviços	13
<b>Figura 2.</b> Aspetos a contemplar no processo de planeamento do empreendedor	14
<b>Figura 3.</b> Elementos envolvidos no processo de empreendimento	15
<b>Figura 4.</b> Empreender: dos predicados do empreendedor aos empreendimentos	16
<b>Figura 5.</b> Modelo concetual do potencial empreendedor	22
<b>Figura 6.</b> Dimensões individuais distintivas dos empreendedores	23
<b>Figura 7.</b> Modelo de medição do potencial empreendedor – Análise fatorial	25
<b>Figura 8.</b> Características fundamentais de um empreendedor	28
<b>Figura 9.</b> Modelo concetual das medidas políticas de empreendedorismo	31
<b>Figura 10.</b> Modelo concetual do <i>Global Entrepreneurship Monitor</i>	32
<b>Figura 11.</b> Modelo concetual do <i>Global Entrepreneurship Monitor</i>	34
<b>Figura 12.</b> População ativa: total e por sexo	39
<b>Figura 13.</b> População ativa em Portugal	40
<b>Figura 14.</b> Cargos de direção ocupados por sexo, em 2001	41
<b>Figura 15.</b> Distribuição da Taxa TEA, por género (2007 e 2010)	42
<b>Figura 16.</b> Perceção dos conhecimentos/competências necessários para criar um negócio, por género	43
<b>Figura 17.</b> Distribuição da Taxa TEA, por género (2011 e 2012)	44
<b>Figura 18.</b> Estrutura do emprego segundo a situação na profissão	45
<b>Figura 19.</b> Razões que motivam a mulher a criar o seu próprio negócio	47
<b>Figura 20.</b> Identificação do género dos inquiridos	50
<b>Figura 21.</b> Identificação do estado civil	50
<b>Figura 22.</b> Idade	51
<b>Figura 23.</b> Nível de escolaridade concluído	52
<b>Figura 24.</b> Área de estudo do Curso frequentado	52
<b>Figura 25.</b> Instituição frequentada no Instituto Politécnico do Porto	53
<b>Figura 26.</b> Condição considerada mais segura perante o trabalho	54
<b>Figura 27.</b> Perspetiva sobre a principal fonte de financiamento para a criação e início do desenvolvimento das empresas	55
<b>Figura 28.</b> Soluções de financiamento conhecidas	56
<b>Figura 29.</b> Distância da ligação ao ramo de atividade de uma empresa entendida como necessária para apoiar a sua criação	56
<b>Figura 30.</b> Importância de vetores na concretização de empreendimentos	57
<b>Figura 31.</b> Importância atribuída a competências técnicas do empreendedor	58
<b>Figura 32.</b> Importância atribuída aos predicados essenciais ao potencial empreendedor	59
<b>Figura 33.</b> Grau de importância das competências distintivas dos empreendedores	59
<b>Figura 34.</b> Grau de importância de cada uma das dimensões individuais distintivas dos empreendedores	60
<b>Figura 35.</b> Principais características do perfil empreendedor	61
<b>Figura 36.</b> Características que definem a atitude empreendedora	61
<b>Figura 37.</b> Motivos que motivam a criação de uma empresa	62
<b>Figura 38.</b> Motivos perspetivados como relevantes para a seleção da área de negócio de uma empresa	63
<b>Figura 39.</b> Importância dos comportamentos e/ou traços empreendedores	64

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

<b>Figura 40.</b> Importância das motivações para empreender	64
<b>Figura 41.</b> Relevância das características das mulheres potenciadoras do empreendedorismo	65
<b>Figura 42.</b> Classificação dos atributos entre géneros	66
<b>Figura 43.</b> Foco considerado mais importante para a criação de uma empresa	67
<b>Figura 44.</b> Aspetos entendidos mais relevantes para iniciar o próprio negócio	67
<b>Figura 45.</b> Seleção do empreendedorismo como primeira opção no momento de integrar o mercado de trabalho	68
<b>Figura 46.</b> Afirmação da posse de ideia de negócio	68
<b>Figura 47.</b> Indicação dos motivos para não empreender	69
<b>Figura 48.</b> Motivos entendidos como enquadradores da criação do próprio negócio	69
<b>Figura 49.</b> Sentimento de preparação para iniciar o negócio próprio	70
<b>Figura 50.</b> Principais constrangimentos que identifica na criação de um negócio	70
<b>Figura 51.</b> Características associadas ao processo de constituição de uma empresa	71
<b>Figura 52.</b> Identificação do espaço onde foi estabelecido contacto com o conceito de empreendedorismo pela primeira vez	72
<b>Figura 53.</b> Contacto com iniciativas associadas ao empreendedorismo no estabelecimento de ensino	72
<b>Figura 54.</b> Identificação das iniciativas através das quais se admite o contacto com o empreendedorismo	73



***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

**AGRADECIMENTOS**

A realização desta dissertação contou com vários apoios, sem os quais não conseguiria atingir os meus objetivos.

Ao Professor Doutor Orlando Manuel Martins de Lima Rua, pela sua orientação, pelo seu apoio e disponibilidade, pelas suas opiniões e colaboração na resolução de problemas que surgiram na realização da dissertação e pelas suas palavras de motivação.

À Professor Luciana Oliveira pela sua participação, pelos seus conhecimentos transmitidos e incentivos na realização deste trabalho.

Ao Professor Doutor Rui Coutinho e Dra. Ana Lima, pela eficácia e disponibilidade demonstrada na divulgação do questionário aos alunos do Instituto Politécnico do Porto.

Aos alunos do IPP, um muito obrigado, sem a participação destes a realização deste projeto não seria possível.

Às minhas amigas Marta Nunes, Diana Vilas Boas, Marta Tato, Ana Lopes, entre outras, pela força que me deram nesta fase, pela sua amizade e companheirismo.

Ao meu namorado pela paciência demonstrada nos momentos mais difíceis da realização deste trabalho.

À minha mãe pelo exemplo de força e coragem, pelo seu amor e apoio incondicional, pelas suas palavras certas durante este caminho.

Por último, nada disto seria possível sem os conhecimentos transmitidos, ajuda, força, apoio, disponibilidade dos meus queridos irmãos. A vocês, Alexandra e Pedro dedico este trabalho, um muito obrigado.

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

**Resumo**

O presente trabalho pretende analisar a temática do empreendedorismo, enquanto atividade de modificação, intervenção e criação de emprego à luz dos modelos teóricos de base. Reflete-se sobre a evolução deste conceito: desde a sua conceção como decisão para fazer qualquer coisa até à conceção de atividade do indivíduo que está na origem de uma empresa ou organização. Especificamente, o trabalho incide sobre as características específicas do empreendedorismo no feminino, procurando avaliar as diferenças entre homens e mulheres nas suas motivações, razões para optar pelo empreendedorismo e/ou motivos que sustentam essa sua decisão. A metodologia usada consiste num questionário e posterior análise quantitativa das respostas obtidas. Pretendeu aferir se as mulheres inquiridas admitem a hipótese de entrar no mundo do empreendedorismo, analisando as suas principais motivações e razões que as conduzem à entrada nessa via de negócio. De acordo com os dados recolhidos, as principais conclusões revelam que não existe uma noção concreta de características associadas ao empreendedor. Por outro lado, não são reconhecidas pelas respondentes a existência de características pessoais do empreendedor, encarando este apenas como tendo competências profissionais e de gestão. Os dados permitem concluir ainda acerca de algum desconhecimento relativamente aos apoios disponibilizados para empreendedores na criação do próprio negócio.

**Resumen**

Este trabajo tiene como objetivo analizar el tema de la iniciativa empresarial, mientras que la actividad de modificación, la intervención y la creación de empleo a la luz de la base teórica modelos. Reflexiona sobre la evolución de este concepto: desde su concepción como una decisión de hacer algo para la actividad individual de diseño que comenzó como una empresa u organización. En concreto, el trabajo se centra en las características específicas de la iniciativa empresarial en la mujer, tratando de evaluar las diferencias entre hombres y mujeres en sus motivos, razones para optar por el emprendimiento y / o razones que apoyan esta decisión. La metodología utilizada consiste en un cuestionario y posterior análisis cuantitativo de las respuestas. Tenía la intención de evaluar si las mujeres encuestadas admiten la posibilidad de entrar en el mundo de la iniciativa empresarial, el análisis de las principales motivaciones y las razones que llevan a esta entrada a través de la operación. De acuerdo con los datos

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

recabados, los principales resultados revelan que no existe una noción concreta de las características asociadas con el empresario. Por otra parte, no son reconocidas por los encuestados la existencia de características personales del empresario, viendo esto como tener sólo las competencias profesionales y de gestión. Los datos también permiten la ignorancia completa sobre alguna relación con el apoyo disponible a los emprendedores en la creación de propio negocio.

**Abstract**

This paper aims to analyze, through the fundamental theoretical models, the theme of entrepreneurship, as an activity that promotes change, intervention and job creation. We analyze the concept's evolution: from its conception as an individual decision to do something to the individual's activity that constitutes the beginning of a company's design. Specifically, the work focuses on the specific characteristics of female entrepreneurship, exploring male and female differences concerning motives, reasons to enter entrepreneurship and that support this decision. The methodology consisted on a questionnaire and subsequent quantitative analysis. The aim was to check whether the surveyed women admitted the possibility of entering the world of entrepreneurship; to achieve this goal we analyzed the main motivations and particular reasons that lead to entrepreneurship. According to the data, the major findings reveal no concrete factual idea of entrepreneurship characteristics in the female respondents. On the other hand, the existence of the entrepreneur's personal characteristics is not recognized, and rather it is viewed as mainly professional and management skills. The data also reflects a lack of knowledge about economic support available to entrepreneurship.

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

## **Introdução**

No presente trabalho pretendeu-se fazer uma reflexão sobre a temática do empreendedorismo no feminino, nomeadamente enquanto uma força motriz da mudança. No primeiro capítulo reflete-se sobre a origem do termo e a evolução do conceito, nas suas diversas formas de encarar o fenómeno, quer do ponto de vista das práticas, assim como relativamente a costumes e crenças a ele associadas. Esta força motriz mobilizadora de recursos e oportunidades é analisada sob diversas perspetivas e pontos de vista teóricos, refletindo ainda a complexidade do mesmo e as idiosincrasias e diversas fases a ele associadas.

Seguidamente é elaborada uma análise do empreendedorismo enquanto revolução produtiva, e na sua evolução do fenómeno e do conceito. Este é genericamente associado à criação de novas empresas ou exploração de novas ideias ou negócios como resposta às necessidades e tendo subjacente um fator de enorme relevância para desencadear processos de crescimento e desenvolvimento económico per si. São ainda analisadas as principais características do empreendedor, nas suas diversas dimensões e áreas de maior influência, definindo-se um perfil do empreendedor à luz das análises teóricas de diversos autores. É estabelecida ainda uma relação vetorial entre o empreendedorismo e o crescimento económico, enquanto fator promotor da empregabilidade e potenciador da criação de tecido empresarial.

No quarto capítulo a reflexão incide sobre os contornos específicos do empreendedorismo no feminino e sobre os significados que a diferença de género e os seus impactos no processo negocial. Esta análise é especificada à luz da realidade portuguesa, sendo retratados dados distintivos e comparativos entre a população masculina e feminina em diversas vertentes e incorporada a experiência de mulheres empreendedoras relativamente à gestão do seu próprio negócio. Finalmente são apresentados os dados estatísticos resultantes da presente investigação, sendo estes analisados à luz das perspetivas teóricas referidas e enquadradas no contexto macro em que a amostra se insere.

## *Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto*

### **Capítulo 1. Perspetivas sobre o empreendedorismo**

#### **1.1. Empreendedorismo: a força motriz da mudança. Da origem etimológica da palavra**

Na perspetiva de Druker (1986) o surgimento de novas ideias e oportunidades para novos negócios possibilitam o aparecimento de empreendedores, pois transportam um espírito aberto e uma enorme ambição de explorar diferentes áreas de negócio. Druker (1985) entende também que o empreendedorismo não se consubstancia só numa característica individual de um empreendedor que estrutura um novo negócio, como também é uma especificidade de grandes organizações que têm que promover o empreendedorismo, de modo a inserir inovações tecnológicas aos serviços e produtos. Sousa & Serralvo (2008) o empreendedorismo constitui uma aptidão para empreender, isto é, adotar uma atitude, encontrar soluções diferentes e inovadoras, promovendo desta forma o progresso da sociedade. Entre o século XIX e o século XX, não eram identificadas diferenças entre os gestores e os empreendedores, sendo apenas reconhecida uma distinção sob o ponto de vista económico. No início do último século, século XX, o empreendedor passa a ser entendido como um inovador e uma pessoa que cria algo diferente (Hisrich & Peters, 2004), ou seja, que consegue fazer a diferença ao conceber também algo distinto.

Na operacionalização do conceito, Hisrich & Peters (2004) observam que estão conceitos como valor, risco e recompensa, uma vez que consideram que o empreendedorismo constitui um processo de criação de algo de novo com valor, para o qual o empreendedor dirige o tempo e esforço imprescindíveis, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais associados, conquistando como recompensa os resultados monetários, de satisfação pessoal e também independência. Na perspetiva de Dornelas (2003), o empreendedorismo representa a construção de algo inovador e distinto, alterando o contexto em os indivíduos se encontram e na exploração sempre que possível de novas oportunidades de negócio, estabelecendo como prioridade a inovação e criação de valor.

Atualmente, o empreendedorismo é observado como um fenómeno cultural que resulta de práticas, costumes e crenças. Simultaneamente estabelece relações com outras empresas de forma a alcançar ótimos resultados organizacionais efetivos, por oposição à noção de impacto independente do empreendedorismo no desempenho da organização (Hult, Snow & Kandemir, 2003). A afirmação do empreendedor representa o encetar de uma aventura, da

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

ausência de medo de arriscar, conjugando o capital e o trabalho fundamentais para iniciar um negócio. Uma vez iniciado, é essencial demonstrar *on-going* a capacidade de supervisionar todos os pormenores, agindo constantemente com o risco, a inovação e a gestão do negócio (Pereira, 2007). Na exploração sobre a origem da palavra empreendedorismo foi possível observar diversas divergências. Por exemplo, Landstrom (1999) sustentava que a palavra *entrepreneur* teve origem em França no ano de 1437 e ela foca-o como um indivíduo ousado e com gosto por assumir riscos. A partir de uma perspetiva distinta, Kyro (1996) entende que a palavra empreendedorismo surgiu no século XVII da palavra *entreprendre* que se traduz pelo comportamento com o qual é realizada uma atividade ou projeto. Na abordagem de Van Praag (1999) o economista francês Jean-Baptiste Say foi precursor ao transportar a gestão para o empreendedorismo, sustentando que o empreendedor é um indivíduo com capacidades para mobilizar recursos económicos de uma área para outras, alcançando retorno financeiro. A palavra empreendedorismo é reconhecida como uma das mais referidas no século XXI, sublinhando-se o facto das pessoas a utilizarem com frequência para significar o aumento de indivíduos que escolhem esta atividade como carreira (Baron & Shane, 2008).

**1.2. Perspetivas sociais e económicas sobre o empreendedorismo. Do contexto para o(s) processo(s) de empreender**

O empreendedorismo também se manifestou como resultado do desenvolvimento da tecnologia, evidente através dos progressos tecnológicos e abertura global dos mercados económicos e sociais. Depois de focadas nas funções burocráticas e operacionais, as empresas deslocaram a sua atenção para outros fatores de enorme significado na sua atividade tais como: a inovação, criatividade, conhecimento tácito e explícito; exigindo aos empresários a observância de novos paradigmas de forma a tornar a economia altamente competitiva (Willerding, 2011). Ao longo dos tempos têm sido desenvolvidos vários processos associados à expansão do empreendedorismo, no entanto muitos indivíduos ainda o perspetivam como um simples conjunto de indivíduos que criam novos negócios ou organizações próprias, não correspondendo este entendimento à realidade do empreendedorismo. Segundo Hartman (2006) qualquer indivíduo empreende como dono(a) de novas organizações, funcionário(a), professor(a), chefe de família ou estudante.

Segundo Roma (2006) o tema do empreendedorismo renasce como alternativa de empregabilidade, reproduzindo uma forma de adaptação recente à realidade do mercado de

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

trabalho contemporâneo. Na atualidade o empreendedorismo envolve inúmeras dimensões territoriais, uma vez que a essência da atividade empreendedora se distingue de acordo com a região, perfil demográfico, saúde, educação, função, infraestruturas e diversos outros elementos. Pode afirmar-se que o empreendedorismo é consideravelmente condicionado pelo contexto local, económico e institucional (Martins, 2006). Por exemplo, enquanto Batista, Escária & Madruga (2008) estudaram a correlação entre empreendedorismo, o desenvolvimento regional e a criação de emprego, Batista & Thurik (2007) interpretaram a ligação entre o empreendedorismo e outro elemento significativo no mercado, o desemprego.

Numa outra abordagem, Capontes (2012) observa que o notável crescimento que se tem observado na investigação académica sobre o tema empreendedorismo reflete-se no reconhecimento da influência que este fenómeno representa no crescimento das economias. O autor considera que este impacto não é apenas confirmado por investigadores mas também pela classe política, tendo vários governos sublinhado a importância do empreendedorismo no desenvolvimento social e económico. Por exemplo, ao nível local o empreendedorismo é definido como uma base fundamental para o desenvolvimento. Ao nível macro, é fácil recolher indicadores sobre a afirmação de que o empreendedorismo representa um impacto significativamente positivo no crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) e na criação de emprego. A definição de Pequena e Média Empresa, presente do Decreto-Lei n.º 372/2007, e que segue a Recomendação n.º 2003/361/CE, da Comissão Europeia, de 6 de Maio. O Decreto-Lei n.º 372/2007, de 6 de Novembro - no Anexo, Artigo 2.º – Efetivos e limiares financeiros que definem as categorias de empresas – estipula o seguinte:

- A categoria das micro, pequenas e médias empresas (PME) é formada por empresas que empregam menos de 250 pessoas, com volume de negócios anual que não excede 50 milhões de euros ou cujo balanço total anual não excede 43 milhões de euros;
- Na categoria das PME, uma pequena empresa é definida como uma empresa que emprega menos de 50 pessoas e cujo volume de negócios anual ou balanço total anual não ultrapassa 10 milhões de euros;
- na categoria das PME, uma micro empresa é classificada como uma empresa que emprega menos de 10 pessoas, com um volume de negócios anual ou balanço total anual que não excede 2 milhões de euros.

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

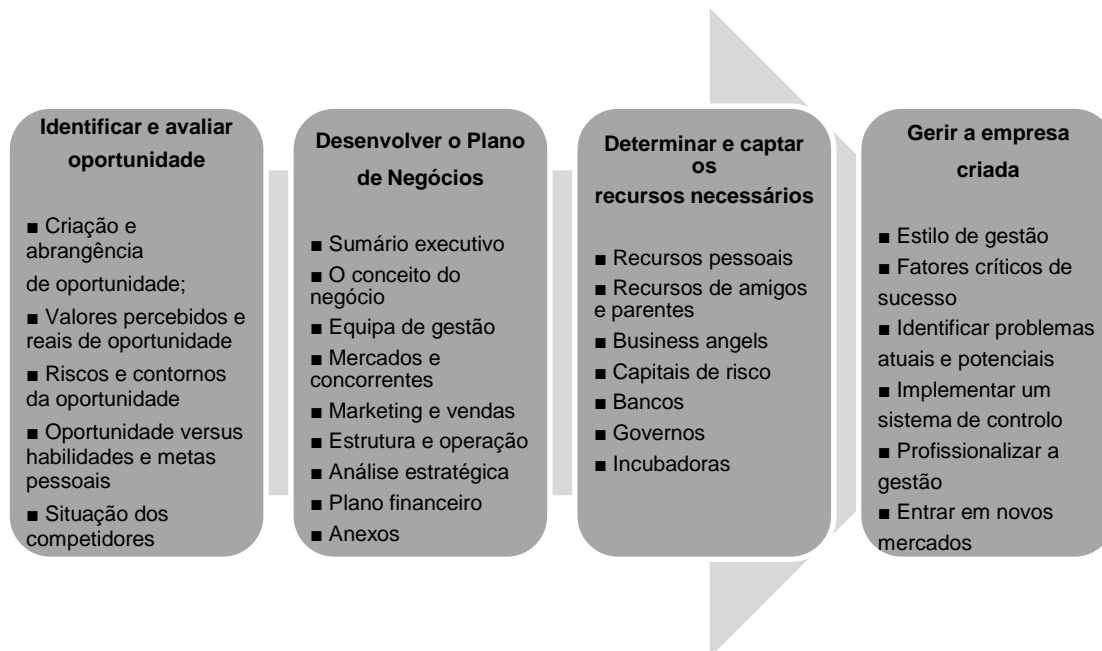
Através destas categorias pode entender-se, de forma simplificada, que o processo de empreender pode ser descrever-se da seguinte forma: os empreendedores desenvolvem novos negócios, criando simultaneamente empregos, aumentando a competitividade e apoiando o crescimento da produtividade através do investimento em novas tecnologias. A partir das diferentes categorias, pode concluir-se que quanto mais significativos forem os níveis de empreendedorismo, maior será o crescimento económico (Acs, 2006). Neste sentido, revela-se fundamental a (re)produção de estímulos ao empreendedorismo, pois este constitui um dos eixos fulcrais para as economias dos vários mercados. No entanto, os contextos e obstáculos culturais travam o crescimento de uma sociedade empreendedora. Segundo Capontes (2012) os empreendedores portugueses consideram como principal obstáculo à criação de negócios a falta de financiamento, para o início de atividade e para o desenvolvimento sustentável da mesma. Por exemplo, o sistema de financiamento em Portugal funda-se principalmente no crédito, havendo desta forma uma grande aversão ao risco inerente.

Os empreendedores defrontam-se com impedimentos para criarem a segurança ideal para a obtenção de empréstimos bancários ou conseguir capital de risco. Segundo Pereira (2012) a criatividade e a inovação são essenciais para qualquer organização, pois a utilização destas aumenta consideravelmente a probabilidade de ter sucesso e obter a realização pessoal de que o empreendedor necessita. Com a inovação, o empreendedor terá a possibilidade de arriscar, realizando um processo de aprendizagem com as dificuldades e obstáculos que vai encontrando, conquistando experiência para se desenvolver no mercado. O ato de criar um novo empreendimento faz parte do processo empreendedor, que é mais complexo que um problema de gestão. Esta complexidade resulta da necessidade de ultrapassar todos os obstáculos que podem travar a criação de um novo negócio, analisando, avaliando e aproveitando as oportunidades de criação de novos produtos ou serviços. Este processo é constituído por quatro fases significativas:

1. Identificação e avaliação das oportunidades;
2. Desenvolvimento do plano de negócios;
3. Determinação e captação dos recursos necessários;
4. Gestão da empresa criada.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 1.** Fases do processo de criação de novos produtos e serviços



**Fonte:** Elaboração própria a partir de Timmons (1994).

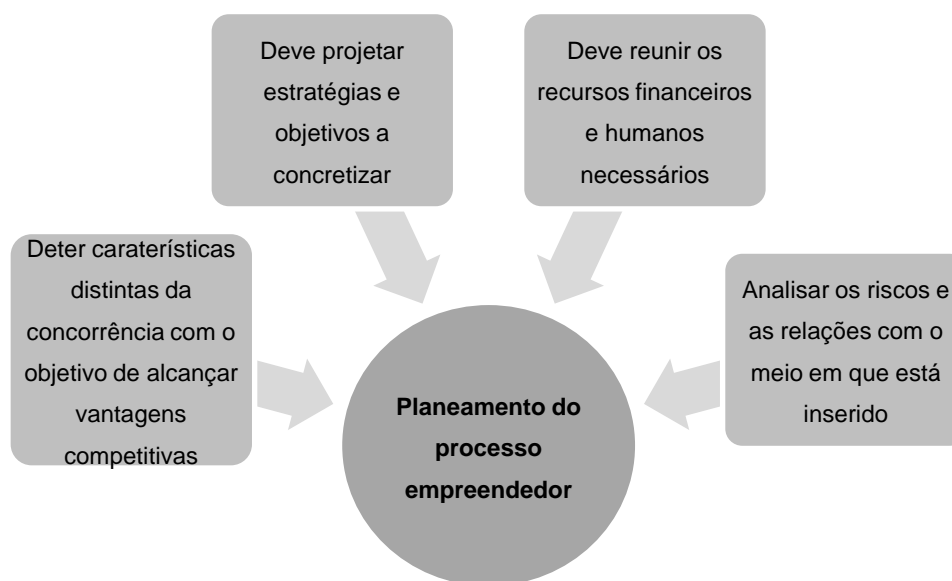
Estas fases são dependentes mutuamente e nenhuma pode ser considerada como concluída, pois progressivamente são exigidas modificações. Para Timmons (1994) a primeira fase é a mais difícil para o empreendedor, pois é aqui que é necessário identificar uma oportunidade de negócio e aferir as suas potencialidades, no que diz refere às necessidades do mercado, concorrência e o ciclo de vida do produto. Ainda nesta fase, o empreendedor deve elaborar estudos de mercado para observar se o seu produto/serviço é aceite e adquirido pelos potenciais clientes. Esta abordagem serve de suporte para interpretar as dimensões do mercado, assim como para identificar através de uma análise *swot* (*strengths* – forças; *weaknesses* – fraquezas; *opportunities* – oportunidades; e *threats* – ameaças) quais são os concorrentes diretos, os seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças.

A segunda fase, segundo Timmons (ibidem), é concretizada através de um documento que sistematiza toda a essência da organização, desde a identificação da estratégia a ser adotada, do mercado e concorrência, à(s) forma(s) como se perspetiva que sejam gerada(s) as receitas. Neste sentido, considera-se que a probabilidade do negócio ter sucesso é muito maior quando existe um plano de negócio, quando comparado com negócios em igualdade de

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

condições que não tenham este tipo de planeamento. É aqui, nesta fase, que o empreendedor deve planear as melhores estratégias para o crescimento sustentado da organização.

**Figura 2.** Aspetos a contemplar no processo de planeamento do empreendedor



**Fonte:** Elaboração própria a partir de Timmons (1994).

O mesmo autor, Timmons (ibidem) sustenta que a terceira fase tem como função definir os recursos importantes, operacionalizando-se também aqui aquilo que foi previamente planeado no plano de negócios. A mobilização de recursos pode ser concretizada através de diversas fontes, por exemplo, instituições bancárias, economias próprias ou familiares e amigos. Na quarta e última fase, ainda para Timmons (ibidem), o empreendedor deve reconhecer e aceitar as suas limitações, reunindo uma boa equipa de trabalho de forma a concretizarem juntos os objetivos da empresa e implementarem ações que diminuam os problemas e aumente os lucros, procurando sempre produzir mais com menos recursos, garantindo eficácia e, simultaneamente, eficiência.

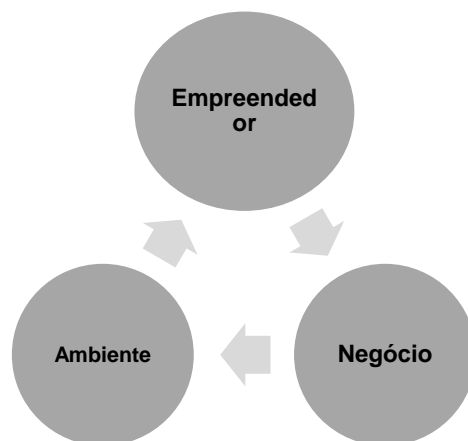
Para além da necessidade de identificar uma boa oportunidade de negócio, desenhar o plano de negócios, congregar os recursos essenciais para iniciar a atividade, é fundamental que o empreendedor detenha aptidões administrativas para gerir o negócio. Sem esta e as outras condições, as oportunidades de sucesso e lucro irão resultar em despesas e ao endividamento do empreendedor. Kotler (2000) afirma que nesta fase o empreendedor deve seleccionar elementos competentes e com capacidade de assumir funções de implementação

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

estratégica e de gestão operacional. O planeamento do processo empreendedor é crucial uma vez que irá diminuir e/ou suprimir riscos desnecessários para a organização, devendo ter em consideração os aspetos identificados na figura anterior. Paralelamente ao planeamento e à atenção em relação a este conjunto de aspetos, o empreendedor deve focar-se no cliente para garantir o sucesso da organização.

Bygrave & Hofer (1991) consideram que o processo empreendedor é iniciado com uma mudança no meio envolvente, permitindo ao empreendedor progredir com uma inovação. Para os autores existem três princípios fundamentais neste processo, que são a mudança, a inovação e a criatividade. Na perspetiva de Timmons (1994), já referido anteriormente várias vezes, o processo empreendedor demonstra que a motivação de uma equipa terá um impacto significativo para o sucesso de muitos empreendimentos. Esta perspetiva revela que o sucesso está profundamente relacionado com o elo de ligação que liga o empreendedor à sua equipa, e esta à oportunidade de negócio. Carland, Hoy, Boulton & Carland (1984) indicam que o processo de um empreendimento envolve três elementos fundamentais identificados na figura seguinte.

**Figura 3.** Elementos envolvidos no processo de empreendimento



**Fonte:** Elaboração própria a partir de Carland, Hoy, Boulton & Carland (1984).

Este processo encontra-se integrado entre a conceção da ideia ou da pesquisa de oportunidades até à fase do início do negócio. Na perspetiva de Hisrich (2007) o processo empreendedor pode ser interpretado como um processo de exploração de uma nova entidade:

- Introduzindo um novo produto num mercado já existente;

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

- Introduzindo produtos existentes num novo mercado; ou
- A criação de uma empresa.

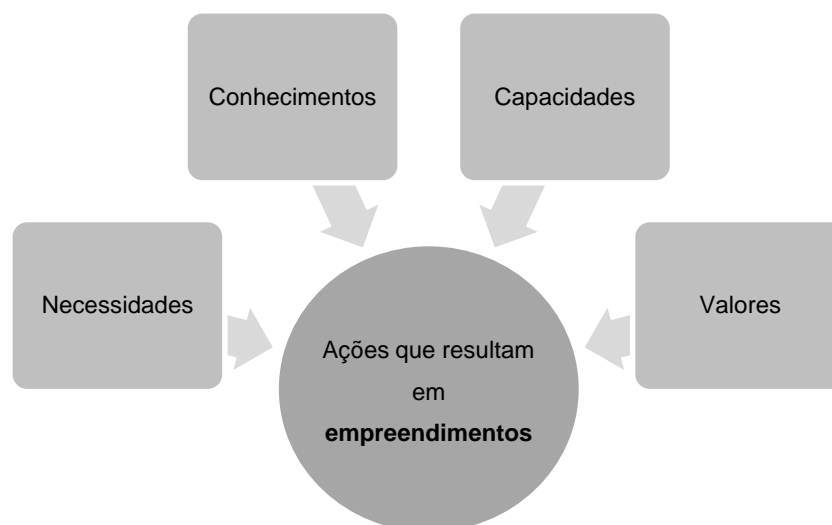
**Capítulo 2. O empreendedorismo como fator produtivo e o empreendedor**

**2.1. Empreendedorismo: o terceiro fator produtivo (para além do capital e do trabalho)**

«O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.»  
(Jeffry Timmons, 1994)

O empreendedorismo constitui um fenómeno crescentemente extenso, à escala global, como consequência de mudanças intensas nas interações internacionais entre nações, empresas, modos de produção, o mercado de trabalho e a formação académica e profissional (Muniz, 2008). O próprio conceito de empreendedorismo surgiu há bastante tempo, tendo sido mobilizado com diferentes significados, renascendo a sua reputação na atualidade afigurada como uma descoberta repentina (Sarkar, 2007). A designação empreendedorismo sucede da expressão francesa *entreprendre*, usada para denominar um indivíduo que assume o risco de criar novos empreendimentos. Neste sentido, segundo Willerding (2011), pode considerar-se o conceito de empreender como o estudo de um conjunto de predicados por parte de um empreendedor, que derivam em empreendimentos.

**Figura 4.** Empreender: dos predicados do empreendedor aos empreendimentos



Fonte: Elaboração própria a partir de Willerding (2011).

### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

A partir da perspetiva do autor referido antes, entende-se a apreciação de Duarte (2008) em que considera que o empreendedorismo é uma componente essencial para a *performance* económica dos países, desempenhando um papel dinâmico e estrutural nas diferentes economias do mundo. Também a partir de Willerding (2011) é possível interpretar a observação de Bucha (2009), segundo a qual o empreendedorismo não é apenas um conceito de negócio, mas também um conceito de vida, uma vez que faz parte de um conjunto de transformações que apoiam a estruturação de um processo de desenvolvimento assente no princípio da sustentabilidade, isto é, entende-se que a partir do empreendedorismo deve ser possível assegurar a melhor qualidade de vida como uma das chaves do desenvolvimento atual da economia.

Ainda segundo Willerding (2011) e Júnior, Araújo, Wolf & Ribeiro (2006) o empreendedorismo representa a criação de valor através do desenvolvimento de uma organização recorrendo a competências que distinguem a capacidade de estabelecer e atingir objetivos de modo a encontrar e a controlar os recursos, operacionalizando-os de forma positiva. Daqui depreende-se que o empreendedorismo procura na inovação novas possibilidades para um determinado produto ou serviço, no sentido do seu ajustamento às mudanças aceleradas e contínuas dos contextos, nomeadamente do mercado. De acordo com Willerding (2011:53) é possível interpretar o empreendedorismo de duas formas:

1. Por oportunidade, onde se percebe a posição do empreendedor no sentido de investigar novos nichos de mercado;
2. Por necessidade, em que aquele objetiva diferenciais competitivos para desenvolver e manter-se no mercado em que está presente.

A maior parte das argumentações sobre o empreendedorismo está muitas vezes associado à criação de novas empresas (Costa, 2008) tendo como princípio implícito a criação de um novo negócio, num novo mercado ou nalgum já existente. Contudo, a definição mais comumente aceite perspetiva o empreendedorismo como sendo o exercício de criar valor por meio da descoberta e exploração de novas oportunidades de negócio (Leiria *et al.*, 2006). Nesta perspetiva, subjacente a teorias de base económica, o empreendedorismo é considerado como um fator relevante para encetar processos de crescimento e desenvolvimento económico, associando o empreendedor à inovação, criatividade e capacidade de enfrentar riscos (Chaves, 2009).

## ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

Segundo Nogueira (2009) há uma grande tendência para a ligação ao conceito de empresarialidade, o que explica a tendência para se fazer referência indiscriminadamente ao empreendedorismo e criação de novas organizações empresariais. Por exemplo, 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).

Num sentido mais amplo, Portela *et al.* (2008, p.5) considera o empreendedorismo 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». Nesta abordagem, é interpretado como um fenómeno geral, atributo dos indivíduos traduzido na capacidade de decisão, inovação e de desenvolver determinadas ações e projetos, permitindo compreender a sua utilização em relação a diversas atividades humanas, desde a esfera política, social, educação, entre outras.

### **2.2. Empreendedorismo: evolução e características de um conceito**

Na abordagem económica, o conceito de empreendedor tem evoluído ao longo dos tempos (Bucha, 2009):

- No século XVII, empreender significava a decisão determinada de fazer qualquer coisa;
- No século XIX e início do século XX, empreender era considerado o ato de criar enormes impérios económicos;
- Na atualidade significa a atividade do indivíduo que está na origem de uma empresa ou organização.

Richard Cantillon (1680?–1734) é considerado o autor da primeira teoria económica sobre o empreendedorismo, que surge no século XVIII. Este autor definiu o empreendedor como aquele que assume um risco de negócio específico, dirigindo as energias para futuros rendimentos e ganhos, resultado de uma postura visionária (Costa, 2008). Ao desenvolver o termo empreendedor, Cantillon permitiu o reconhecimento destes indivíduos como agentes decisivos importantes na criação de valor económico na sociedade (Van Praag, 1999). Para complementar a definição de Cantillon, Jean-Baptiste Say (1767-1832) aditou à ocupação do

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

empreendedor, a utilização de conhecimento para a criação de um produto para consumo humano, entendendo o trabalho do empreendedor, como uma espécie de trabalho superior, fundamental para o desenvolvimento das indústrias e dos países (ibidem).

Mais tarde, o economista neoclássico Alfred Marshall (1842-1924) entendeu que a principal função do empreendedor seria o fornecimento de produtos e a promoção simultânea de inovação e progresso. Para Marshall, o empreendedor tinha associada a responsabilidade máxima no interior da organização, devendo exercer todo o seu controlo em todos os processos, o que exigiria alertar permanentemente para a necessidade de inovar e procurar novas oportunidades, minimizando os custos. O autor considerava que a capacidade para se ser empreendedor estaria também dependente dos antecedentes familiares, educação e capacidade inata do indivíduo, destacando que o empreendedor deveria ser um líder natural entre os seus pares.

Com o contributo de Joseph Schumpeter (1883-1950), um dos economistas mais relevantes do século XX, verificou-se uma alteração do conceito com a rejeição da perspetiva preponderante até então, que reconhecia o empreendedor como o gestor da empresa, sujeito a um grande risco para atingir os seus objetivos. Schumpeter (1947) sustentou que o empreendedor deveria assumir a liderança da empresa e o papel de inovador, constituindo a força motriz do próprio sistema económico. Interpretou a inovação como um processo endógeno, ou seja, que permite fazer mais com a mesma quantidade de recursos. Schumpeter (1934, 1942), em duas das suas publicações principais, desenvolveu o conceito de empreendedorismo com a introdução da noção de *destruição criativa*. O autor entendeu que o empreendedor, ao incorporar inovações e novas tecnologias, apoiou a substituição de produtos e processos ultrapassados. Neste sentido, o empreendedor adota dois tipos de papéis:

1. Papel fulcral no progresso e desenvolvimento da economia e da sociedade;
2. Papel fundamental na evolução da vida empresarial.

Para Schumpeter um empreendedor é um inovador que desenvolve mudanças nos mercados através da execução de novos acordos, que podem configurar-se sob várias formas:

- Introdução de novos processos de produção;

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

- Introdução de novos materiais;
- Abertura de um novo mercado; e
- Desenvolvimento de inovação organizacional.

Assim, a atividade empreendedora constitui-se como um terceiro fator produtivo a par do capital e do trabalho (Hagedoorn, 1996). Da perspetiva de Schumpeter reconhece-se que este considera que a inovação criada pelo empreendedor constitui uma renovação no sistema económico, uma vez que destrói o equilíbrio existente e cria um novo equilíbrio, assumindo a posição de agente de mudança na economia. Para além deste perfil, o autor classificou-o também como alguém extraordinariamente versátil, com competências:

- Técnicas de produção;
- Técnicas capitalistas de reunião de recursos financeiros;
- De organização de operações internas;
- De realização de vendas do produto.

Sob a mesma perspetiva de Schumpeter, Drucker (1959) considerou o empreendedorismo inovador como o principal preconizador de muitas mudanças em contextos de negócio, indústria e economia. No entanto, a sua contribuição principal para o estudo do empreendedorismo verificou-se com a introdução do conceito de *risco*, sustentando que a capacidade de arriscar é a único meio para melhorar o desempenho de um empreendedor. A assunção dos riscos deveria partir do conhecimento e compreensão sobre si, de forma a serem minimizados, pelo que um planeamento a longo prazo era perspetivado como fundamental (ibidem):

- Associado a um processo contínuo de tomada de decisões empreendedoras;
- Com o conhecimento mais aprofundado possível das suas possibilidades de sucesso no futuro;
- Estruturando os esforços necessários para atingir os objetivos; e
- Aferir os seus resultados, através de um *feedback* organizado e contínuo.

Kirzner (1973), seguindo também a perspetiva de Shumpeter, considerou que os empreendedores poucas vezes atingem uma posição de equilíbrio, resultado dos erros que

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

poderem gerar, que problematizariam o alcance dos lucros pretendidos. No entanto, considera que estes erros podem ser facilmente transformados em novas oportunidades de lucro, que de seguida constituiriam novos erros, invocando sempre a exigência de mudança e alteração daquilo que necessitaria de ser descoberto. Kirzner (ibidem), não entendia como imprescindível no empreendedor a presença de características específicas de personalidade ou de alguma competência especial, destacando apenas a necessidade de um tipo de conhecimento técnico.

Tal como os autores anteriores, Drucker e Kirzner, Mises (1998) reforça a argumentação de Schumpeter, realçando que apesar das funções de gestão estarem implícitas nas funções exercidas pelo empreendedor, este exerce outras para além daquelas. Segundo o autor, a distinção de funções é centrada na capacidade preditiva e antecipatória do empreendedor em estabelecer o sucesso ou insucesso de determinadas iniciativas, dando resposta às necessidades do consumidor, o que permite perceber que cada empreendedor representará uma dimensão distinta daquelas, através de um produto novo ou da forma diferente de produzir um produto já existente. Desde esta altura, segundo o Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal – IFDEP (2014), têm sido poucos os autores que sobressaíram com a introdução de novas perspetivas sobre o tema. Uma grande parte das interpretações relacionadas com o empreendedorismo articula o perfil do empreendedor, os processos que fazem parte da atividade empreendedora e os resultados dessa atividade. Sintetizando, o IFDEP (idem, p.14) define o empreendedorismo como «a identificação de oportunidades e conseqüente criação de uma nova atividade económica, através da criação de uma nova organização, combinado a inovação, a capacidade de arriscar e a pró-atividade – características estas, muitas vezes consideradas como alicerces de um perfil empreendedor».

Tendo em consideração este último entendimento, que pode envolver as várias dimensões do potencial empreendedor, é fácil perceber a existência de várias definições para o termo empreendedorismo. Sousa & Serralvo (2008), por exemplo, adotam a definição de que empreendedorismo representa o envolvimento de pessoas e processos que de forma articulada levam à transformação de ideias em oportunidades. Partindo destes dois pressupostos gerais é possível interpretar a perspetiva de Santos *et al.* (2010) em que consideram ser possível explicar o potencial empreendedor enquadrando-o em quatro dimensões: «motivações empresariais»; «competências psicológicas»; «competências sociais»; e «competências de gestão».

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

Em relação às «motivações empresariais», os autores referem com base em algumas referências que estas têm sido identificadas na literatura como um dos maiores preditores de sucesso de um novo empreendimento. Estas expressam-se através do foco e direção dos esforços para a atividade empreendedora. No que diz respeito às «competências psicológicas», estas são entendidas como conjunto amplo de habilidades e atributos que caracterizam os indivíduos empreendedores. As «competências sociais» manifestam a capacidade do indivíduo de interagir de forma eficaz com outros, enquanto as «competências de gestão» são definidas pelas competências básicas e transversais na área da gestão de negócios. Os autores estruturam assim um modelo conceitual do potencial empreendedor, representado na figura seguinte.

**Figura 5.** Modelo conceitual do potencial empreendedor



**Fonte:** Santos, S. *et al.* (2010). «How to assess entrepreneurial potential». *In International Council for Small Business – 55th Anniversary. Entrepreneurship: Bridging Global Boundaries.* 24 – 27 de Junho. Cincinnati, Ohio, USA.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

De seguida, a partir de Santos *et al.* (ibidem), apresentam-se quadros onde se sistematizam as principais características do empreendedor, organizadas de acordo com as quatro dimensões, a partir de uma definição e algumas evidências empíricas.

**Figura 6.** Dimensões individuais distintivas dos empreendedores

Dimensões	Caraterísticas	Definição	Evidências empíricas/Proposições teóricas
<b>Motivações empresariais</b>	Desejo de ser independente	Intenção de autonomia como decisão estratégica	Forte desejo de independência pessoal que influencia o desenvolvimento de um conjunto de negócios. Os empresários demonstram a preferência por atividades independentes.
	Motivação económica	Objetivo de alcançar o lucro	Uma das características mais referida pelos empreendedores de sucesso é a necessidade de gerar dinheiro, ou seja, os empresários percebem o seu trabalho como mais rentável.
<b>Competências psicológicas</b>	Capacidade de inovação	Capacidade de envolvimento no desenvolvimento inventivo de processos, que resultam na introdução de novos produtos, processos ou serviços	Existem diferenças significativas entre os empresários e os empregadores. A capacidade de inovação é uma das principais características do capital humano do empreendedor.
	Inteligência emocional	Capacidade de perceber, interpretar e gerir as próprias emoções e as dos outros	Resultados evidenciam que os empresários revelam indicadores elevados de inteligência emocional.
	Resiliência	Capacidade de reagir a resultados inesperados de situações incertas ou de risco. Esta é uma característica multidimensional, a qual tem sido conceptualizada como uma estratégia para lidar com o stress e a incerteza.	No empreendedorismo o nível de incerteza é maior do que em outros fatores organizacionais. Os empreendedores têm que saber como projetar e implementar comportamentos adaptáveis. A pesquisa empírica evidencia que os empreendedores demonstram maiores níveis de persistência que os não-empreendedores.
<b>Competências sociais</b>	Capacidade de persuasão e comunicação	Capacidade de alterar as suas atitudes e comportamentos assim como os dos outros, para criar circunstâncias mais suscetíveis de contribuir para o sucesso empreendedor	A capacidade de interagir eficazmente com os outros tem um efeito positivo sobre o empreendedorismo de sucesso. Este pressuposto baseia-se na perspectiva de que quanto maiores forem as competências sociais empreendedoras, maior a probabilidade de sucesso. Empreendedores consideram-se como tendo uma maior capacidade de persuasão. Estudos recentes têm evidenciado que as competências sociais têm uma relação significativa com a adoção de novas medidas de desempenho de risco, e esta relação é mediada através do sucesso na procura de informação e recursos.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

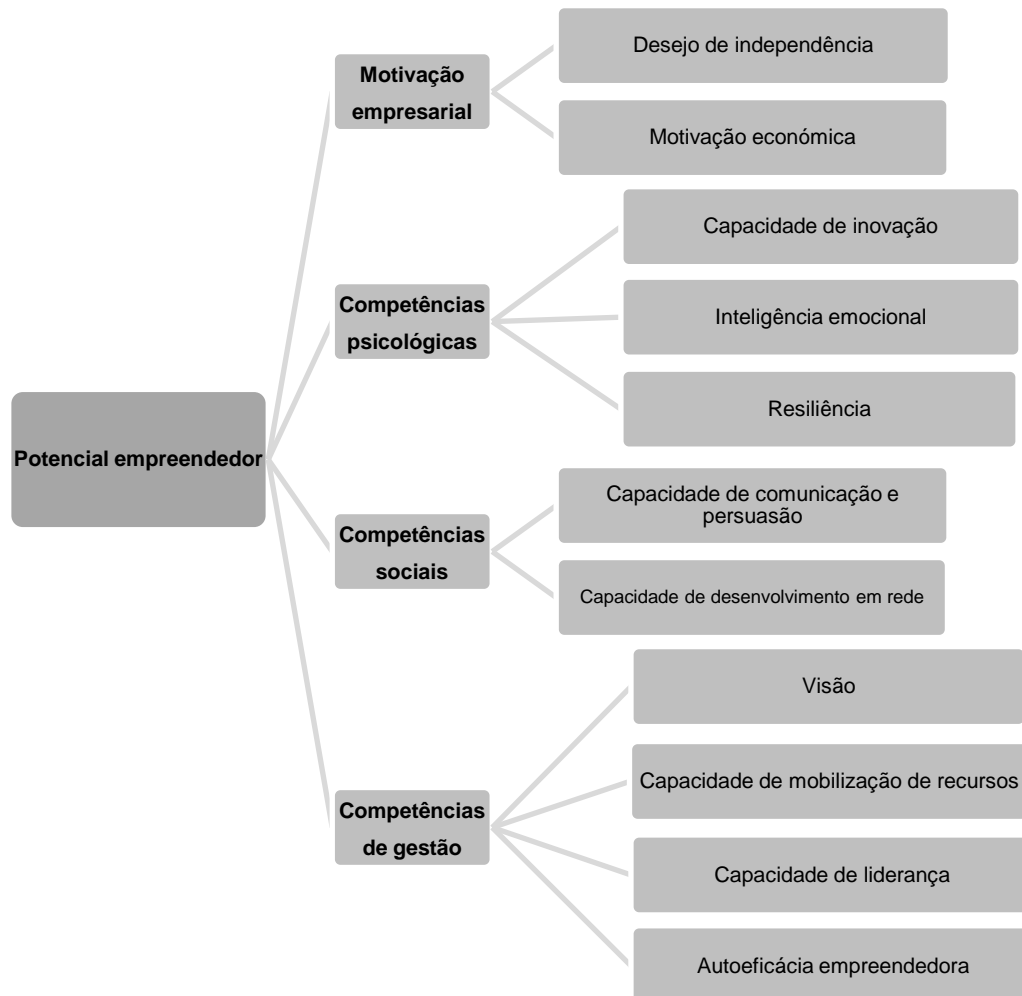
	Capacidade de desenvolvimento em rede	Capacidade de desenvolver uma rede entre empreendedores e outros indivíduos que podem fornecer recursos para a implementação e desenvolvimento de negócios	Esta foi identificada como um dos preditores de desempenho empreendedor. A capacidade de desenvolver a rede social, em conjunto com outras construções, tem um efeito direto sobre a criação e desenvolvimento de ações e o enfrentar riscos.
<b>Competências de gestão</b>	Autoeficácia empreendedora	Crença individual na capacidade de sucesso e realizar das metas empreendedoras	Esta é um importante preditor da intenção de criar novos empreendimentos. A autoeficácia entre os empreendedores é fundamental, pois deve confiar na sua capacidade de executar tarefas diferentes e prever situações. Os indivíduos com maior autoeficácia apresentam maior probabilidade de resistência quando os problemas surgem; apresentam um maior grau de iniciativa e uma grande expectativa de sucesso. Um estudo empírico evidencia que a autoeficácia empresarial está ligada com a intenção de criar um novo empreendimento.
	Visão	Capacidade de prever e visualizar as metas, objetivos e realizações futuras	A capacidade de visão foi percebida como um preditor do desenvolvimento do empreendimento empresarial. É identificada como um elemento motivacional crucial na liderança carismática.
	Capacidade de mobilização de recursos	Capacidade de reunir os recursos materiais e financeiros para gerir o empreendimento	Identificado como um preditor importante de sucesso empresarial, dado que os recursos são uma característica essencial do empreendimento de forma a facilitá-lo e a torná-lo mais ajustado a ambientes complexos.
	Capacidade de liderança	Capacidade de mobilizar e gerir os outros aliados no sentido da prossecução da visão de crescimento do negócio	Os empreendedores partilham algumas características com os líderes.

**Fonte:** Santos, S. *et al.* (2010). «How to assess entrepreneurial potential». In *International Council for Small Business – 55th Anniversary. Entrepreneurship: Bridging Global Boundaries*. 24 – 27 de Junho. Cincinnati, Ohio, USA.

Com base nos quadros anteriores, Santos *et al.* (ibidem) apresentam um modelo de medição do potencial empreendedor, que permite uma análise fatorial, ou seja, a identificação dos fatores interdependentes das várias dimensões do potencial empreendedor.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 7.** Modelo de medição do potencial empreendedor – Análise fatorial



**Fonte:** Santos, S. *et al.* (2010). «How to assess entrepreneurial potential». In *International Council for Small Business – 55th Anniversary. Entrepreneurship: Bridging Global Boundaries*. 24 – 27 de Junho. Cincinnati, Ohio, USA.

A interpretação deste modelo de medição do potencial empreendedor e dos fatores que analisa para o compreender, permite observar a amplitude do conceito de empreendedorismo e do seu sentido polissémico, que envolve dimensões intrínsecas ao indivíduo (como a capacidade de resiliência e a inteligência emocional), relacionais (capacidade de liderança, mobilização de recursos e desenvolvimento em rede) e até outras mais latas como as socioculturais (desejo de independência e a motivação económica). Para concluir, em relação a esta dimensão, sociocultural, pode referir-se a perspectiva de Chelariu *et al.* (2008), que num texto intitulado *Entrepreneurial propensity in a transition economy: exploring micro-level and meso-level*

### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

*cultural antecedents*, fazem referência à importância da propensão empreendedora na criação de novos empreendimentos, assim como no desenvolvimento de uma cultura empreendedora dentro de uma grande empresa. Mas, de uma outra perspectiva, focam a utilidade da compreensão das culturas locais para as multinacionais, de forma a produzirem impactos através da criação de *joint ventures* com empresários locais. Por exemplo, Kaufman *et al.* (1995, cit. por Chelariu *et al.*, 2008:411) concluíram que os empresários russos, ao contrário dos empresários americanos, atribuem o seu sucesso à proximidade ao poder e ao acaso e oportunidade. Desta forma, considera-se que em culturas onde exista uma maior distância em relação ao poder, as pessoas revelam-se mais propensas a aceitar decisões arbitrárias ou comportamento das figuras da autoridade.

Segundo Chelariu *et al.* (2008) esta constatação pode enquadrar as decisões de recrutamento para estabelecer uma filial estrangeira numa economia em transição, uma vez que se o objetivo estratégico de uma empresa global é o estabelecimento de uma rede local, deve implantar uma pessoa empreendedora com um elevado *locus* de controlo interno, conferindo-lhe um considerável poder de tomada de decisão de forma a satisfazer a sua necessidade de autonomia. Através desta abordagem percebe-se claramente a interdependência entre as várias dimensões do potencial empreendedor.

### **2.3. O perfil do empreendedor**

Empreendedor é um indivíduo que conhece precisamente aquilo que quer, ambicionando descobrir novas realidades, deseja criar produtos novos e novos métodos, desejando naturalmente o seu sucesso e poder. Manifesta gosto naquilo que faz e utiliza a sua originalidade e criatividade, gerindo os seus conhecimentos de forma a encontrar diferentes formas de inovar, obtendo assim vantagens competitivas no mercado em que está inserido (Dornelas, 2003). Na perspectiva de Alfaiate (2010) o empreendedor explora e aprova oportunidades de negócio, para a partir daqui estruturar a sua empresa com o objetivo de obter sucesso. Neste sentido, o empreendedor é um indivíduo que demonstra uma grande capacidade de iniciativa e de pensamento criativo, ou seja, alguém que estimula estruturas sociais e económicas e que tem como objetivo transformar capital em bens e serviços, expondo-se à mudança, ao risco e à perda (Pereira, 2001).

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

Drucker (1986) entende que os empreendedores procuram constantemente a inovação, a mudança, focando-se na exploração de novas oportunidades, algo que muitas vezes não está ao alcance da generalidade dos indivíduos na sociedade. O seu dia-a-dia funda-se na medição dos riscos a que estão sujeitos, vivem com incertezas e aproveitam todo o seu conhecimento no sentido do desenvolvimento de novos produtos/serviços e formas diferentes de aproveitar recursos disponíveis, gerando diferentes formas de obter lucros. Na abordagem de Sousa (2006), o empreendedor é observado como o indivíduo que conhece detalhadamente o ambiente onde está inserido, apreende com grande facilidade novas oportunidades, que muitas vezes se expõe a riscos moderados e procura evitar a ambiguidade associada aos seus negócios. Este indivíduo mantém o seu papel de empreendedor se constantemente estudar o mercado do seu produto ou serviço, explorando novas oportunidades e inovando as suas estratégias.

Gorji, Nezambad, Khozain & Siami (2012) descrevem o empreendedor como um inovador e integrador de novas tecnologias, de forma a fornecer produtos/serviços e mesmo processos que já se encontrem obsoletos. Neste sentido, entende-se que o empreendedor tem em si uma grande responsabilidade, assente no desenvolvimento da economia e da sociedade que o rodeia. Os mesmos autores afirmam ainda que ser empreendedor é ser um revolucionário, uma vez que têm o poder de causar alterações nos mercados, concretizando novos modos de produção, trabalhando com novos materiais, explorando novos mercados e consolidando e desenvolvendo a inovação organizacional. A maior parte dos empreendedores são atraídos pelo risco calculado, ou seja, são indivíduos que reconhecem uma oportunidade e criam um negócio com o objetivo de lucrar, assumindo riscos calculados (Camargo, 2005). Deakins (1999) observou que existem traços singulares na personalidade, ou características específicas detidas apenas por empreendedores de sucesso, afirmando que o empreendedorismo está circunscrito a um grupo de indivíduos, que possuem especificidades pessoais que os distinguem de todos os outros. Como refere Fillion (1999), os teóricos comportamentalistas consideram que existe um conjunto de características fundamentais de um empreendedor, entre outras se sublinham as presentes na figura seguinte.

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

**Figura 8.** Caraterísticas fundamentais de um empreendedor



**Fonte:** Elaboração própria a partir de Fillion (1999).

De uma outra perspetiva, Timmons (1994) considera que existem caraterísticas de empreendedores passíveis de serem obtidas no próprio processo empreendedor. Desta interpretação pode perceber-se o empreendedor obterá capacidades e competências em todo o processo, e não somente através da sua personalidade. Esta abordagem essencialmente comportamental também declina, na maior parte das situações, a existência de influência por parte do ambiente. Esta é uma abordagem também essencial na atualidade para interpretar o êxito do empreendedorismo e a eficiência na gestão do próprio empreendedor. Alfaiate (2010) entende que os empreendedores são indivíduos que identificam oportunidades para projetar novos produtos, tecnologia, serviços e processos no mercado, gerindo da melhor forma os seus recursos que lhes permitirão explorá-los.

Muitas caraterísticas do empreendedor consubstanciam-se na capacidade de contrair riscos, aproveitar oportunidades, ter sensibilidade para o ramo de negócio, boa capacidade organizativa, tomar decisões, ser líder, ter talento, ser independente, manter o otimismo e ter senso empresarial. Pode então concluir-se que existe a convicção de que as caraterísticas empreendedoras podem ser desenvolvidas e aperfeiçoadas. Apoiado em Drucker, Brollo

### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

(2003) considera que espírito empreendedor não constitui uma característica inata do indivíduo, pois qualquer indivíduo que tenha que decidir pode aprender e comportar-se de forma empreendedora. O empreendedor surge frequentemente ligado com o iniciar algo de novo ou modernização de algo que já existe, inovando no seu conteúdo ou na forma de agir e fazer. Embora o empreendedorismo constitua desde sempre o impulsionador do desenvolvimento dos seres humanos, é recentemente que esta temática tem vindo a estar cada vez mais presente, pois é considerada essencial para a competitividade das regiões e das pessoas.

O empreendedor é então aquele que expõe a capacidade para aproveitar oportunidades, aceita desafios, aposta no sucesso e na sua realização pessoal, enquadrado por um espírito aberto, um saber trabalhar em equipa, gostar de formação contínua e saber rodear-se das pessoas certas. O empreendedor expõe-se como inovador, adotando um determinado estilo de vida cujo traço distintivo é constituído pela sua capacidade de iniciar a mudança e não de se adaptar a esta. Daqui percebe-se que o empreendedor foge da sua zona de conflito e procura a evolução, assumindo uma verdadeira atitude empreendedora com iniciativa, por vezes individualista mas que necessita de saber trabalhar em equipa, com uma forte autossuficiência e que consegue desenvolver os seus projetos independentemente de ter ou não apoios oficiais. É neste contexto que surge como determinante o papel das PME já referidas antes, independentemente de serem ou não familiares, capazes de produzir produtos ou serviços, de preferência com fatores de inovação, inovadoras nos processos ou fluxos da organização, direcionadas para novos mercados e novas tecnologias.

#### **2.4. Empreendedorismo e crescimento económico**

A exploração de referências que interpretam a ligação entre o empreendedorismo e o crescimento económico, permite reconhecer que as perspetivas teóricas mais recentes relacionadas com este último, incorporam o conhecimento como um fator de produção (Teece, 2002, cit. por Coduras *et al.*, 2008), demonstrando que as empresas que baseiam as suas atividades no conhecimento oferecem melhores produtos e serviços estruturados com processos mais inteligentes. É neste sentido que se perspetiva a importância e significado da I&D e inovação num contexto empreendedor, para a promoção do conhecimento contemporâneo, como catalisadores fundamentais para o desenvolvimento económico e social. A identificação deste papel de catalisador permite justificar, segundo Coduras *et al.* (2008), a estruturação de políticas de apoio à constituição de negócios como um objetivo estratégico das



### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

administrações públicas. Focando o exemplo específico de Espanha, os autores referem que a existência de um quadro institucional formal de apoio às novas empresas, caracterizado pela sua extensão e complexidade, perceptível através do considerável número de organismos envolvidos, relações existentes entre si e conjunto de serviços e programas de assistência oferecidos por estes organismos.

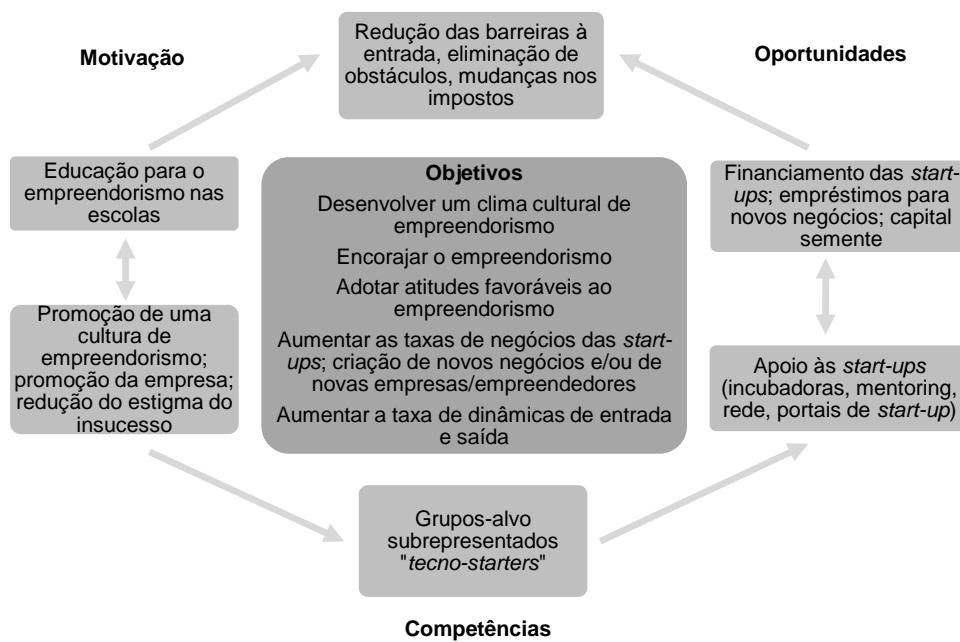
Se o desenvolvimento económico é o objetivo orientador de qualquer sociedade, o crescimento da economia tem que estar no centro da política económica e industrial. Desta forma, a capacidade de uma sociedade para aumentar a riqueza e bem-estar ao longo do tempo relaciona-se com os vários aspetos socioeconómicos que vão influenciar o crescimento económico e dinamizar os ganhos de produtividade a médio e longo prazo. É daqui que emerge o interesse sobre a observação da importância da relação entre empreendedorismo e crescimento económico por parte dos Estados, uma vez que se perspetiva a dependência do segundo em relação ao primeiro. Stevenson & Lundstrom (2007) aludem à configuração de políticas e iniciativas associadas ao empreendedorismo em algumas áreas, nomeadamente:

- Promoção do empreendedorismo;
- Educação para o empreendedorismo;
- Ambiente próprio para as empresas emergentes e novas (*start-ups*);
- Capital para financiar as empresas emergentes e novas (*start-ups*);
- Medidas de apoio aos negócios nas empresas emergentes e novas (*start-ups*);

A identificação destas políticas e iniciativas permite aos autores desenhar uma proposta de modelo concetual das medidas de apoio ao empreendedorismo, expondo uma das dimensões relevantes para o seu desenvolvimento na sociedade.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 9.** Modelo conceitual das medidas políticas de empreendedorismo



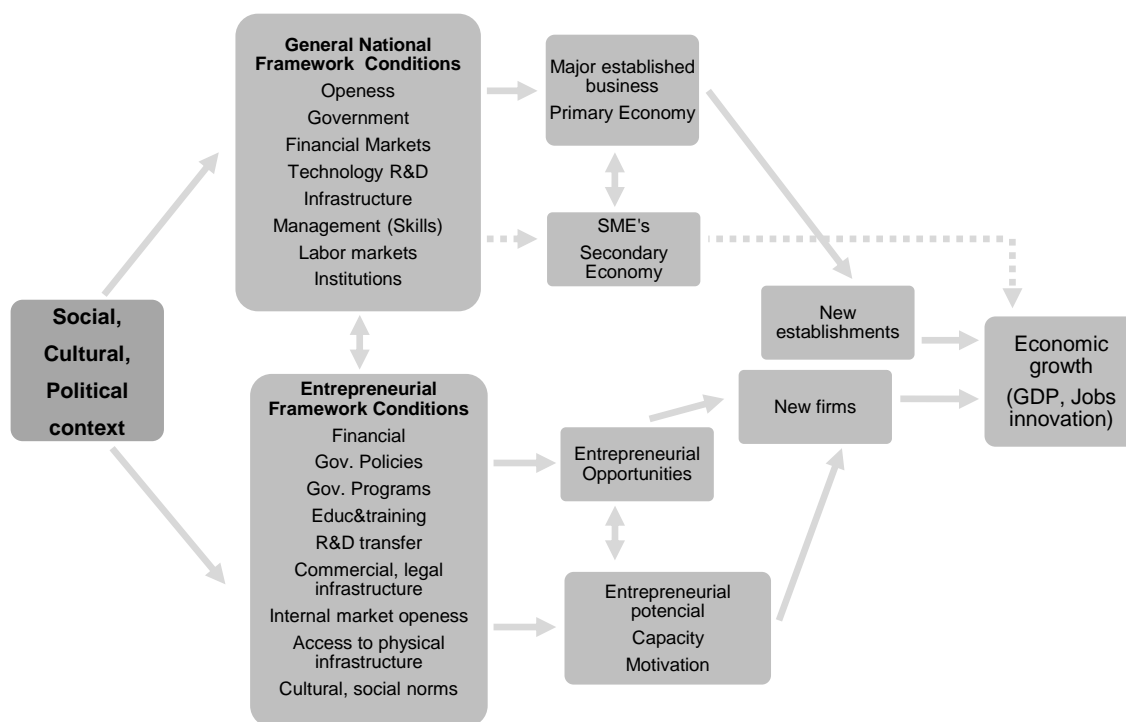
**Fonte:** Adaptado de Lundstrom e Stevenson (2001) por Moura, D. (2012). *Empreendedorismo e crescimento económico: evidências para Portugal*. Tese de Doutoramento em Gestão Empresarial Aplicada. Lisboa: ISCTE. Business School.

Instituto Universitário de Lisboa. Pág. 61.

No modelo anterior são identificadas as condições necessárias para a criação de um ambiente favorável a uma sociedade empreendedora e à criação de novas empresas através de medidas de apoio ao empreendedorismo, como sejam: a diminuição das barreiras administrativas e legais; a cultura empreendedora recorrendo para tal à educação e formação profissional, entre outras. Criadas as condições propícias para empreender (de acordo com o *General National Framework Conditions* e *Entrepreneurial Framework Conditions*), pode desenvolver-se um conjunto de fatores no sentido de aproveitar motivações e capacidades, estabelecendo novos negócios e alcançando novas oportunidades empresariais.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 10.** Modelo conceitual do *Global Entrepreneurship Monitor*



**Fonte:** Global Entrepreneurship Monitor (2004) cit. por Coduras, A. *et al.* (2008). «The Relationship Between University Support to Entrepreneurship with Entrepreneurial Activity in Spain: A Gem Data Based Analysis». In *International Advances in Economic Research*. N.º 14 : 395 – 406 (pág. 398).

Como se pode verificar através do modelo conceitual do *Global Entrepreneurship Monitor* (2004, cit. por Coduras, A. *et al.*, 2008) presente na Figura 5, este processo culminará com o crescimento económico, o aumento do PIB como indicador de qualidade de vida, do emprego e da inovação. A lógica do desenvolvimento económico integra então indicadores complexos e de longo prazo, principalmente qualitativos: aspetos normativos, de mudança estrutural ou de bem-estar individual. Apesar da correlação entre as componentes qualitativas do desenvolvimento e os ritmos de crescimento económico *per capita* quantificáveis não ser perfeita, na interpretação da dinâmica de longo prazo existe um consenso alargado em relação à utilização do conceito de crescimento económico que destaca a capacidade das nações disponibilizarem à população, no longo prazo, a maior quantidade e diversidade de bens e serviços. Simon Kuznets, no seu discurso de *Nobel Lecture*, em Dezembro de 1971, em Estocolmo afirmou que:

### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

«O crescimento económico de um país pode ser definido como o aumento a longo prazo da sua capacidade de oferecer à população bens económicos cada vez mais diversificados, baseando-se esta capacidade crescente numa tecnologia avançada e nos ajustamentos institucionais e ideológicos que esta exige. Qualquer dos três componentes da definição é importante.».

Partindo desta consideração, entende-se o comportamento do produto *per capita* (produto/população) como um indicador satisfatório da evolução do bem-estar material e individual. Tendo em consideração o papel do empreendedorismo no crescimento, este reflete-se no bem-estar através da criação de emprego.

#### **2.5. Empreendedorismo e criação de empresas e emprego**

«O fenómeno do empreendedorismo surge como uma epidemia benigna, reduzindo o impacto do desemprego. No entanto, muitas das empresas criadas em condições desfavoráveis se mostram frágeis e não conseguem sobreviver (...) aproximadamente metade dessas empresas morre ou desaparece antes de completar o segundo ano de vida.»

(Vanin, 2005 cit. por Silva, 2008, p.4)

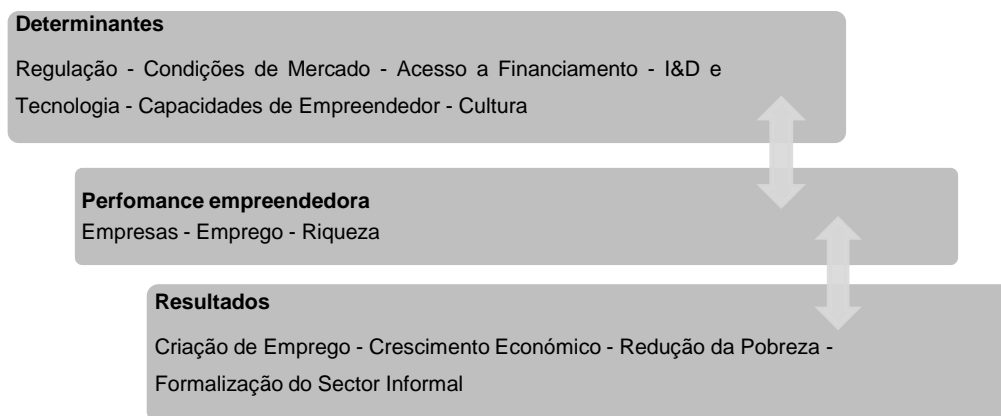
A importância da criação de novas empresas na geração de emprego é comumente aceite. Os empreendedores ao iniciarem os seus negócios no mercado, introduzem uma inovação na definição mais ampla de Schumpeter (1961), que pode incluir:

- Um novo bem;
- Uma nova qualidade de bem;
- Um novo método de produção;
- A abertura de novo mercado;
- Uma nova fonte de suprimento de matérias-primas;
- Uma nova organização de qualquer setor de atividade.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

Neste sentido, com ou sem inovação, a criação de novos negócios aumenta a concorrência e pode resultar na saída de empresas do mercado ou a reação das empresas existentes através de fusões ou outras inovações. Uma nova estrutura do mercado surge, provocando uma maior eficiência e dinamismo económico, refletidos nos indicadores de valor acrescentado (Produto Interno Bruto) e de níveis de emprego. Seguindo esta lógica, o modelo/quadro de referência exposto pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, da responsabilidade de Ahmad & Hoffman (OECD, STD/DOC, 2008/2), baseia-se numa análise tripartida de forma a criar uma medida que abranja todos os fatores envolvidos no empreendedorismo, considerando as suas determinantes (fatores de empreendedorismo), o desempenho empreendedor (medidas dos indicadores de empreendedorismo) e resultados (medidas económicas).

**Figura 11.** Modelo concetual do *Global Entrepreneurship Monitor*



**Fonte:** Adaptado de Ahmad, N. & Hoffmann, A. (2008). *A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship. Statistics Working Paper STD/DOC (2008) 2*. Paris: OECD.

A definição de empreendedorismo inscrita neste quadro da OCDE considera três componentes, nomeadamente:

- Empreendedorismo é o processo subjacente à atividade empreendedora;
- Atividade empreendedora é toda a ação humana na procura da criação de valor por meio da criação ou expansão da atividade económica, assim como através da identificação e exploração de novos produtos, processos e mercados;



### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

- Empreendedores são as pessoas (proprietários de negócios) que procuram gerar valor, através da criação ou expansão da atividade económica, pela identificação e exploração de novos produtos, processos ou mercados.

Este modelo sobre empreendedorismo é entendido como um contributo para o crescimento, através da prossecução de vários processos: criação de emprego, crescimento económico, redução da pobreza e formalização do setor informal da economia. A aferição do empreendedorismo na atividade económica por parte das pequenas e médias empresas é possível, existindo também outras estratégias para a avaliação estatística do emprego por conta própria, ou ainda a dinâmica de participantes no mercado e a criação de novas empresas (Carree & Thurik, 2003; OCDE, 1998). Audretsch & Thurik (2001) indicaram um conjunto de indicadores de empreendedorismo, de onde sobressai a relação entre este e a criação de empresas e emprego:

- Taxa de autoemprego;
- Taxa de proprietários;
- Taxa de criação de novas empresas (*start-ups*);
- Turbulência (*turnover*) como a taxa de entrada líquida de novas empresas (o número de nascimentos menos o de encerramentos de empresas).

Ainda outros autores, referem indicadores associados à inovação, que podem ser entendidos como indicadores de empreendedorismo: o número de patentes ou o número de patentes de alta tecnologia; as despesas em I&D ou a percentagem de trabalhadores envolvidos em I&D. Mais recentemente, a mais importante fonte da análise estatística sobre empreendedorismo tem sido o já referido *Global Entrepreneurship Monitor*. Para além destes indicadores e instrumentos, têm sido utilizadas para aferir o desenvolvimento económico as seguintes medidas de crescimento económico como *proxy*: o emprego, a produtividade, o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), o PIB *per capita*, o PIB *per capita* medido pela Paridade do Poder de Compra ou o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). O dinamismo introduzido pelo empreendedorismo gera emprego e crescimento económico, no sentido do desenvolvimento: os indicadores específicos do empreendedorismo são consubstanciados nos do emprego e do PIB, que por sua vez se concretizam nas medidas do crescimento e desenvolvimento.



## ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

### **Capítulo 3. O empreendedorismo feminino**

#### **3.1. Empreendedorismo no feminino: o significado do género**

A palavra *género* pode ser definida como um conjunto de propriedades comuns que caracterizam um determinado grupo social ou classe de seres ou de objetos. Desta forma, o género masculino representa os homens como um grupo de seres com características específicas e o género feminino representa as mulheres como um grupo de seres com (diferentes) características específicas. Segundo Scott (1995) género consubstancia o conhecimento que possibilita a definição das diferenças corporais, isto é, é a forma como uma comunidade se organiza perante a diferença sexual. O género humano constitui uma categoria objeto de estudos para a justificação das desigualdades entre sexo masculino e o sexo feminino em determinadas épocas históricas e em diferentes culturas.

A função reprodutora nas mulheres representa uma fase muito significativa nas suas vidas, por exemplo porque através de mecanismos ideológicos esta função tem um impacto noutras esferas do seu quotidiano. De uma outra perspetiva, os homens são observados como detentores de outros papéis, dos quais sobressai o desejo de notoriedade, valor e poder. Na sua abordagem, Silveira (2012) procura demonstrar que existem associações distintas face ao género, associando-se frequentemente aos homens a racionalidade, o pensamento lógico e o cálculo, enquanto às mulheres o afeto, as emoções e a intuição. A perspetiva predominante até há bem pouco tempo é a de que as características femininas estavam limitadamente associadas com a procriação e a maternidade. O mesmo autor citado anteriormente, destaca a existência de uma diferença valorativa entre o género masculino e o género feminino, baseada na diferença de sexo e de cultura. Afirma mesmo que as relações de género não representam somente uma extensão das desigualdades biológicas, mas antes o resultado de uma aprendizagem contínua que emerge da interação social.

O género feminino e masculino são operacionalizados de acordo com as especificidades da sociedade onde homens e mulheres estão inseridos, dependendo também do seu ciclo de vida e das suas experiências subjetivas. Desta forma é fácil perceber que o género detém um papel fulcral na participação de pessoas na atividade empresarial, não tendo o rápido crescimento do número de mulheres a ocupar cargos profissionais e de gestão

### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

alterado a disparidade significativa de género no estabelecimento de novos negócios. Num estudo de Rosa (1994), afirma-se que a maioria das mulheres não tinha o incentivo de empreender, por contraponto aos homens que detinham muito mais predisposição para iniciar o seu negócio. No *Global Entrepreneurship Monitor* de 2002, não era possível identificar nenhum país em que as mulheres empreendessem mais que os homens, embora esta desigualdade entre géneros não fosse considerável. Harris & Gibson (2008) entendem que não é possível observar uma diferença significativa entre empreendedores do sexo masculino e sexo feminino quanto à inovação dos seus negócios, embora sublinhem que os homens exponham uma percentagem maior de iniciativa de criação de negócios quando comparados com as mulheres.

Para Kolvereid (1997) os homens manifestavam um desejo muito superior de empreender em relação às mulheres, referindo que existem variáveis que têm um impacto direto no comportamento empreendedor, dependendo do seu país e do seu género. Neste sentido, estas variáveis têm repercussões em ambos os géneros, mas não obrigatoriamente, da mesma forma ou com igual intensidade. O autor acrescenta ainda que o facto de as mulheres serem empreendedoras é claramente um fenómeno cultural com características específicas da cultura. Ainda segundo Rosa (1994), é importante reter a ideia de que quando se focam as relações entre géneros, abordam-se práticas sociais que sobressaem o poder masculino sobre o feminino: nos contextos sociais, os géneros evidenciam-se nos seus recursos naturais, cultura e simbologias, para os homens e para as mulheres. Rosa (ibidem) acrescenta ainda que a forma como as pessoas vivem, confirma que as relações de poder são, simultaneamente, uma forma de reconhecimento social e político que ultrapassa o próprio género.

### **3.2. Impactos do género no processo empreendedor**

Na perspetiva de autores como Corrêa, Freire e Ribeiro (2011) o *género* constitui um conjunto de propriedades sociais, políticas, psicológicas, culturais, económicas e jurídicas atribuídas a pessoas de uma forma particular segundo o seu sexo. Neste sentido, compreende-se que as mulheres e os homens exponham estímulos distintos para se tornarem empreendedores. A maior parte das mulheres empreende tendo implícito o objetivo de conciliar os contextos do trabalho com os familiares, enquanto por outro lado os homens pretendem a riqueza e o crescimento económico. Observando esta lógica sociocultural, enquanto os homens possuíam

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

um acesso facilitado ao capital através de empréstimos, a mulher não tinha uma acessibilidade com o mesmo perfil. Para Bruce (1999) pode existir um financiamento simples no empreendedorismo feminino, se a mulher for acompanhada pelo marido já empregado de modo a concretizar a transferência no seio da família, apoiando assim a mulher a encetar a sua atividade. Num contexto como este, pode afirmar-se que os homens empreendedores detêm mais vantagens no que diz respeito à criação do negócio em países cujos direitos de propriedade são reduzidos e os impedimentos institucionais ao empreendedorismo são consideráveis. Neste contexto o empreendedorismo depende significativamente do nível de motivação, uma vez que segundo autores como Shragg, Yacuk & Glass (1992) a autoperceção negativa nesta situação representa uma diferença significativa entre homens e mulheres empreendedores.

Brush (2006) procurou demonstrar que os contactos empresariais de ambos os géneros são significativamente distintos, pois as mulheres empreendedoras envolvem-se menos com a sua rede de contactos, comparativamente aos homens. Para Heilman (1983) persistem estereótipos que indicam existir empregos segmentados por género. O autor sublinha que na generalidade os indivíduos desejam trabalhar exercendo funções que são socialmente aceites para o seu género, evitando trabalhos socioculturalmente associados ao sexo oposto. Para Batista, Hespanha, Nogueira, Portela & Teixeira (2008) os estereótipos reproduzem-se e perduram, sendo comum aquele em que se avalia as mulheres como sendo detentoras de menos capacidade para gerir negócios em comparação com os homens. Esta discriminação extravasa o empreendedorismo, sendo comum a outros espaços de ação na comunidade. Os estereótipos mencionados por Batista, Hespanha, Nogueira, Portela & Teixeira (ibidem) apoiam-se segundo os autores numa leitura superficial e acrítica em relação às estatísticas da atividade feminina, pois, apesar do aumento significativo das suas qualificações, mantêm-se os seus reduzidos níveis de exercício de funções de topo em organizações do setor público e privado.

Recentemente observam-se sinais de mudança, registando-se a admissão e entrada da mulher nas atividades empresariais e em funções que até há bem pouco tempo lhe estavam vedadas (Casero, Escobebo, Jiménez & Mogollón, 2010). No entanto, apesar desta evolução e do facto de nos países desenvolvidos os ordenados de mulheres e homens se aproximarem, segundo Elam & Terjesen (2007) as primeiras no que diz respeito aos postos de trabalho em conselhos de administração ao mais alto nível estão em menor número quando comparadas

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

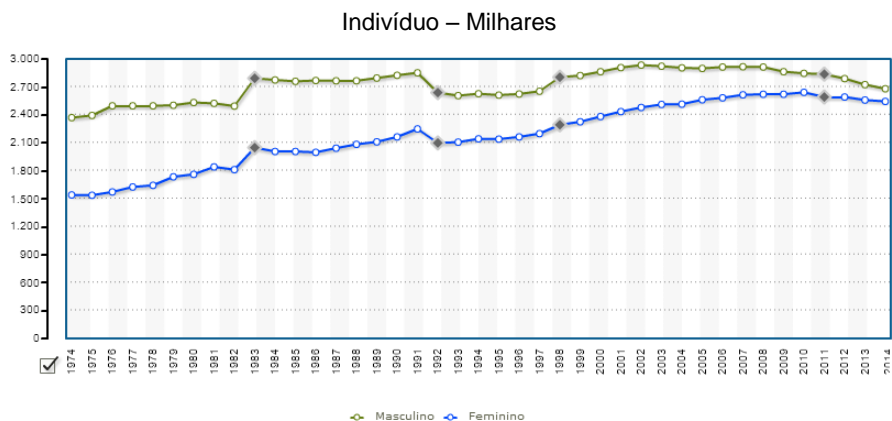
com os homens. Desde há alguns anos é evidente o crescimento da presença feminina no mundo dos negócios, para além de como trabalhadoras também na qualidade de empreendedoras (Gomes, 2005), reconhecendo que as mulheres constituem um grupo social eficiente no que diz respeito à criação de negócios (Garcia & Cañizares, 2010). No âmbito de uma perspetiva económica, considera-se que investimento no empreendedorismo feminino é um contributo essencial para os países aumentarem a constituição de novos negócios (Allen, Dean, Elam & Langowitz, 2007). As mulheres representam cinquenta por cento da população mundial, sendo responsáveis pelo aumento exponencial de novos negócios ao empreenderem através da criação de pequenas e médias empresas, aumentando a criação de postos de trabalho, o desenvolvimento e a inovação (Alves, Machado, Mione & St-Cyr, 2003). Na perspetiva de Minniti e Nardone (2007), a diferença entre mulheres e homens empreendedores reside no seu carácter pessoal e empresarial, pois criam negócios em áreas diferenciadas, concebem produtos distintos, definem metas diferentes e até a forma como estruturam os seus negócios é muito específico.

### **3.3. Indicadores sobre diferenças de género em Portugal**

Em Portugal, a partir da década de 70 verificaram-se diversas transformações políticas, sociais e económicas, que geraram mudanças significativas a diversos níveis. No contexto destas mudanças, a posição da mulher no mercado de trabalho, tal como o tratamento jurídico e reconhecimento da igualdade de direitos entre homens e mulheres, tiveram mudanças relevantes com a implementação da democracia em Portugal. Paralelamente verificam-se processos como os da diminuição significativa das taxas de nupcialidade e da natalidade, aumentando simultaneamente as taxas de divórcio e de novas formas familiares e de conjugalidade, com reflexos na transformação do papel da mulher na sociedade.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 12.** População ativa: total e por sexo



Fonte: INE, PORDATA cit. in <http://www.pordata.pt/Portugal/Populacao+ativa+total+e+por+sexo-28>.

Concomitantemente aos processos anteriores reforça-se a presença feminina no mercado de trabalho, revelando-se como essencial para satisfazer as novas necessidades familiares (Guerreiro & Pereira, 2006). Para este reforço, contribuíram também o aumento das qualificações académicas das mulheres, a terciarização da economia e conseqüente crescimento de profissões ocupadas por mulheres, bem como o desenvolvimento de profissões associadas às novas tecnologias de informação e de comunicação.

É no contexto onde se reconhecem os indicadores referidos, que emerge a necessidade de promoção do empreendedorismo feminino como estratégia de regressão da desigualdade, mas também como forma de desenvolvimento de um potencial económico a explorar. Segundo o IFDEP (2014), desde há alguns anos esta promoção tem sido um objetivo partilhado pela generalidade das instituições e governos europeus, perceptível através do significado atribuído à educação voltada para o empreendedorismo, de forma a facilitar a adoção de atitudes empreendedoras e aumento da atividade empreendedora, como meio de mobilização das mulheres na vida económica, fomentando o autoemprego e apoiando soluções inovadoras, através de mecanismos financeiros e formativos. Os principais indicadores do Programa Operacional Potencial Humano (POPH, 2007-2013) indicam ainda uma participação insuficiente das mulheres, comparadas com os homens, em indústrias de alta e média tecnologia e outros serviços de ciência e tecnologia (Marques & Moreira, 2011). Apesar deste indicador, como já referido, a presença de mulheres ativas profissionalmente tem crescido progressivamente, como se confirma através da figura anterior e seguinte.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 13.** População ativa em Portugal

	1981			2001			2011			2013		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
<b>Ativos (milhares)</b>	2.523	1.843	4.367	2.907	2.434	5.342	2.837	2.590	5.428	2.724	2.560	5.284
<b>%</b>	57,8	42,2	100	54,4	45,6	100	52,3	47,7	100	51,6	48,4	100

Fonte: INE, PORDATA cit. por IFDEP (2014). *Empreendedorismo Feminino, um olhar sobre Portugal*. Coimbra: Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal. Pág. 29.

Em relação a cargos diretivos desempenhados, a diferença entre géneros torna-se mais expressiva, com uma reduzida representatividade das mulheres em posições de poder. Segundo Lipovetsky (1997, cit. por IFDEP, 2014, p.29) estas são frequentemente vítimas do «fenómeno de *glass ceiling*, correspondente à dificuldade em evoluir na escala hierárquica independentemente das qualificações». Na perspetiva de Segundo Archer & Lloyd (2002, cit. por IFDEP, 2014, p.29), apesar das habilitações elevadas das mulheres, a maior parte desempenha cargos inferiores aos homens.

**Figura 14.** Cargos de direção ocupador por sexo, em 2001

	Total	H	%	M	%
<b>Quadros Superiores da Administração Pública</b>	5.390	3.356	62,3	2.034	37,7
<b>Diretores- Gerais</b>	71.721	54.219	75,6	17.502	24,4
<b>Outros Diretores</b>	19.801	13.467	68,0	6.334	32,0
<b>Diretores e Gerentes de Pequenas Empresas</b>	205.297	137.583	67,0	67.714	33,0

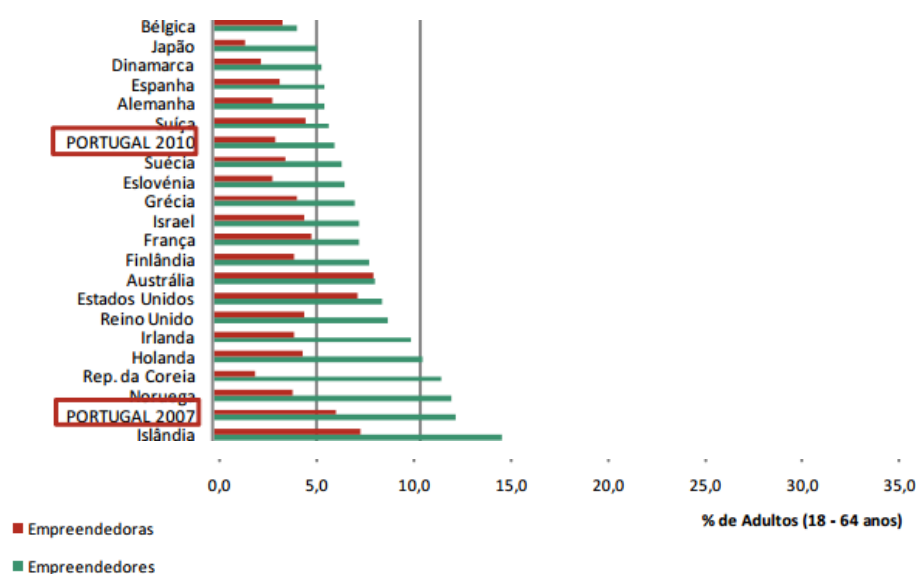
Fonte: INE cit. por IFDEP (2014). *Empreendedorismo Feminino, um olhar sobre Portugal*. Coimbra: Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal. Pág. 30.

O estudo *GEM Portugal 2010* utiliza a Taxa de Atividade Empreendedora *Early-Stage* (*Total Entrepreneurial Activity – TEA*) como principal índice para medir a atividade empreendedora e compará-la com indicadores económicos. Esta Taxa TEA mede a proporção de adultos (com idades compreendidas entre os 18 e os 64 anos) envolvidos em negócios nascentes ou em novos negócios. Segundo o GEM (2010), em Portugal, o número de empreendedores *early-stage* do sexo masculino representa 5,9% da população adulta masculina e o número de

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

empreendedores *early-stage* do sexo feminino 3,0% da população adulta feminina. Tendo em consideração que o número total de homens e de mulheres é aproximadamente igual, pode concluir-se que o número de empreendedores do sexo masculino equivale a aproximadamente o dobro do número de empreendedores do sexo feminino.

**Figura 15.** Distribuição da Taxa TEA, por género (2007 e 2010)

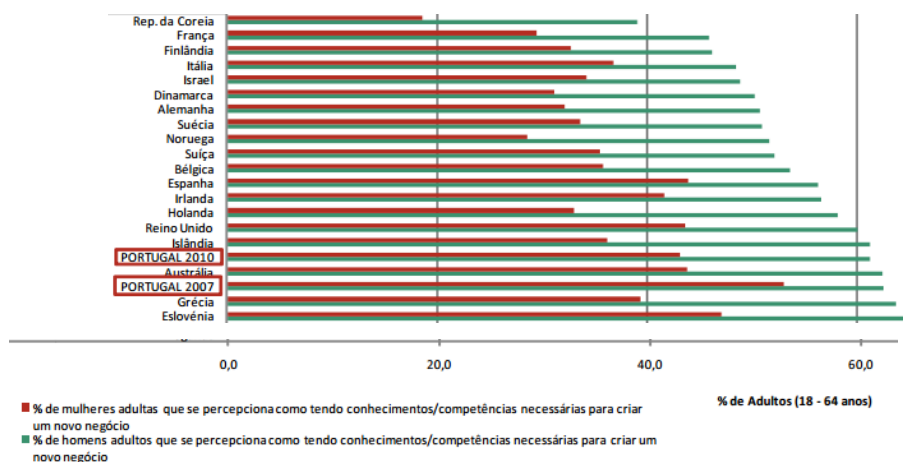


**Fonte:** Sondagem à População Adulta 2007 e 2010 in *GEM Portugal 2010. Estudo sobre o Empreendedorismo*. Lisboa: SPI – Ventures/IAPMEI/Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento. Pág. 22.

Ainda que os resultados obtidos em 2007 (11,7% e 5,9% para a percentagem da população adulta masculina e feminina envolvida em atividade empreendedora *early-stage*, respetivamente) sejam superiores aos de 2010, o rácio empreendedores/empreendedoras mantem-se relativamente constante, sendo em ambos os casos superior ao registado em 2004 (1,1), ano em que a percentagem da população adulta masculina e feminina envolvida em atividade empreendedora *early-stage* foi de 3,7% e 3,3%, respetivamente (GEM, 2010). No mesmo estudo, são referidos outros indicadores importantes para a análise do empreendedorismo, nomeadamente as percentagens da população adulta do sexo masculino e do sexo feminino que consideram possuir os conhecimentos e/ou competências necessários para criar um negócio.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 16.** Perceção dos conhecimentos/competências necessários para criar um negócio, por género



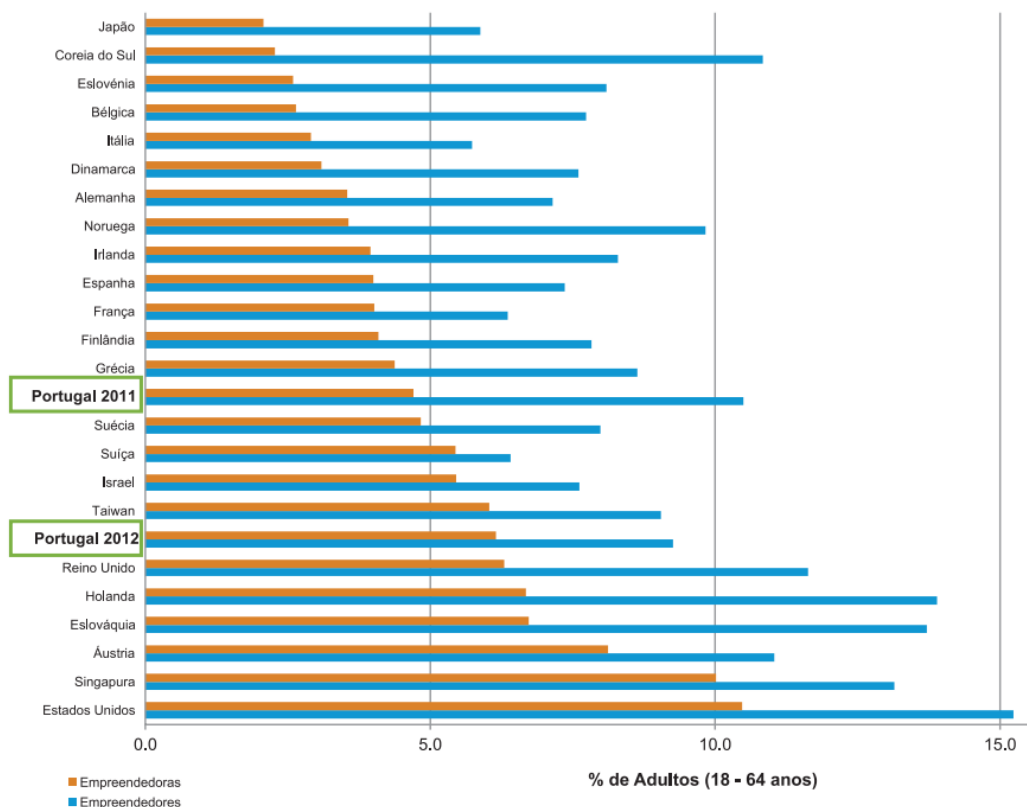
**Fonte:** Sondagem à População Adulta 2007 e 2010 in GEM Portugal (2010). *Estudo sobre o Empreendedorismo*. Lisboa: SPI – Ventures/IAPMEI/Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento. Pág. 24.

Segundo o mesmo estudo de 2010, em Portugal, 61,3% dos homens adultos consideram possuir as competências/conhecimentos necessários para criar um negócio, enquanto a percentagem da população adulta feminina registada é de 43,1%. No mesmo sentido, já em 2007 a percentagem de homens em idade adulta que entendiam possuir as competências/conhecimentos necessários para criar um negócio se apresentou superior à de mulheres (62,5% e 53,0%, respetivamente). É possível perceber que ambas as percentagens se revelaram superiores às registadas em 2010, principalmente em relação à população adulta feminina, onde se observa um decréscimo de 10%.

No estudo mais recente do *GEM 2012*, identifica-se em Portugal que o número de empreendedores *early-stage* do sexo masculino correspondia a 9,3% da população adulta masculina e o número de empreendedores *early-stage* do sexo feminino a 6,2% da população adulta feminina (GEM, 2012). Tendo em consideração que o número total de homens e de mulheres é aproximado, conclui-se que o número de empreendedores do sexo masculino é exatamente 50% superior ao número de empreendedores do sexo feminino.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 17.** Distribuição da Taxa TEA, por género (2011 e 2012)



**Fonte:** Sondagem à População Adulta 2011 e 2012 in GEM Portugal (2012). *Estudo sobre o Empreendedorismo*. Lisboa: SPI – Ventures/ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. Pág. 18.

Segundo o mesmo estudo, os resultados representam um aumento do equilíbrio entre o número de homens e mulheres participantes em atividades empreendedoras. Sublinha-se mesmo que, «mais do que isso, significam que a Taxa TEA global de Portugal aumentou à custa do aumento do número de mulheres empreendedoras» (GEM, 2012). Em 2011, a Taxa TEA feminina era de apenas 4,7%, ao passo que a masculina era de 10,5% (ibidem). Na perspetiva do IFDEP (2014:30) o país evolui no sentido da «paridade, e, mais do que isso, a Taxa TEA global de Portugal aumentou como resultado de um acréscimo do número de mulheres empreendedoras - em 2011, a Taxa TEA feminina era de apenas 4,7%, ao passo que a masculina era de 10,5%».

Em 2013, a situação profissional das mulheres como empreendedoras, expressa como *trabalhadora por conta própria como empregadora*, pode ser observada na Figura seguinte. A

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

diferença entre homens e mulheres que trabalham *por conta de outrem* não é significativa, embora o número de trabalhadores *por conta própria como isolado* e de trabalhadores *por conta própria como empregador* apresente uma diferença marcante entre géneros (IFDEP, 2014). Destes resultados infere-se uma maior preponderância de homens com negócios próprios do que mulheres, reconhecendo-se assim a necessidade de persistir no apoio e promoção de iniciativas empreendedoras para as mulheres.

**Figura 18.** Estrutura do emprego segundo a situação na profissão

Situação na profissão	Mulheres (milhares)	Homens (milhares)
Por conta de outrem	1.771,2	1.780,3
Por conta própria como isolado	293,2	435,7
Por conta própria como empregador	73,7	165,9
Familiar não remunerado	18,8	14,8
<b>Total</b>	<b>2.156,9</b>	<b>2.396,7</b>

**Fonte:** Estatísticas do Emprego, 1.º Trimestre de 2013, INE cit. por IFDEP (2014). *Empreendedorismo Feminino, um olhar sobre Portugal*. Coimbra: Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal. Pág. 30.

De todos os traços já transmitidos sobre o empreendedorismo feminino corrobora-se a afirmação do IFDEP (idem, p.33) de que este é «um fenómeno em fase embrionária», o que permite perceber as razões pelas quais é ainda pouco explorado, nomeadamente no que diz respeito às motivações para empreender. Greene, Brush & Gatewood (2007) nos seus estudos concluem que as motivações primárias das mulheres são muito semelhantes às dos homens, ou seja, centram-se principalmente em:

- Fatores económicos;
- Perceção de oportunidades de mercado;
- Independência;
- Autorrealização;
- Insatisfação com o emprego.

Contudo, como já sublinhado em pontos anteriores, a motivação surge consideravelmente influenciada por fatores ambientais, o que faz com que frequentemente o contexto determine a

### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

origem dessa motivação. Alguns estudos (Machado, St-Cyr, Mione & Alves, 2003; Organização Internacional do Trabalho, 2004, cit. por IFDEP, 2014:33) fazem referência às diferenças sobre:

- Mulheres empreendedoras nos Estados Unidos da América, Reino Unido e Dinamarca, em que as motivações estão principalmente ligadas ao empreendedorismo por oportunidade, embora seja crescentemente estimulado pela necessidade de conciliar o trabalho e a família;
- Mulheres empreendedoras da Polónia, Lituânia e Ucrânia, que referenciam o desemprego e a falta de perspetivas como fatores determinantes na decisão de empreender, indicando o empreendedorismo por necessidade.

Outros estudos indicam também:

- Motivações específicas da população feminina, ligadas com as dificuldades em ascender na carreira profissional, as políticas organizacionais vigentes nas empresas e a dificuldade em harmonizar trabalho e família (Machado *et al.*, 2003, cit. por IFDEP, 2014:33);
- Motivações associadas à criação do próprio emprego, uma vez que muitas mulheres pretendem uma maior autonomia e independência a nível da tomada de decisões, maior flexibilidade de horários e maior disponibilidade, e assim gerir de forma mais ágil as responsabilidades profissionais e familiares (Greene *et al.* 2007, cit. por IFDEP, 2014:33).

A possibilidade de conciliação trabalho-família é um dos principais motivos e mais recorrentes para um indivíduo criar o seu próprio negócio, comum aos dois sexos, contudo, tornando-se ainda mais necessário no caso das mulheres.

#### **3.4. A mulher a empreender: a transposição de gestos de casa para um negócio**

Para Kets de Vries (1977) as mulheres empreendedoras podem ser objeto de dois tipos de análises:

1. Numa primeira análise, as empreendedoras são observadas como presentes em pequenos nichos inseridos no empreendedorismo, de forma particular nos setores menos desenvolvidos, que não limitam a entrada, o que traduz que têm uma reduzida importância associada;

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

2. Na segunda, o empreendedorismo feminino surge associado a uma depreciação subjacente ao “sexo feminino”, que nega a possibilidade das mulheres serem portadoras de valores como a eficiência, controlo e orientação para resultados.

Ainda para Kets de Vries (ibidem) a imagem predominante em relação ao empreendedorismo feminino é observada como consequência de particularidades do género: “fraqueza” da mulher, que é considerada pela sociedade como o sexo fraco, e, ao homem, conotado com a imagem de macho e de ser “superior”. Alguns estudos elaborados sobre as mulheres empreendedoras, descrevem as razões que motivam a mulher a criar o seu próprio negócio (Machado, 2003), sistematizadas na figura que se segue.

**Figura 19.** Razões que motivam a mulher a criar o seu próprio negócio



**Fonte:** Elaboração própria a partir de Machado (2003).

Para Allen & Truman (1993) a mulher empreendedora ambiciona ter objetivos culturais e sociais nas empresas em que assume a gestão, bem como os seus objetivos financeiros.

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

Brush (2006) acrescenta que as empreendedoras conferem também prioridade a objetivos associados à segurança no local de trabalho, à satisfação dos seus clientes e colaboradores. Na perspetiva de Machado (2003) as mulheres empreendedoras veem o poder de três formas: relacional, contextual e consensual. Estas são detentoras de um senso de responsabilidade que o autor designa por *ética do cuidado* que as guia no percurso ao encontro de um combinação perfeita, ao definirem as suas atividades de forma que todos os envolvidos fiquem satisfeitos, como é o caso dos empregados, clientes, família e sociedade. Em algumas situações as mulheres sentem que têm o dever de cuidar dos seus colaboradores, devido ao facto de estarem submetidas às suas instruções.

As mulheres empreendedoras manifestam a tendência para definir objetivos claros e promover a sua disseminação por toda a empresa de uma forma rápida, no sentido de satisfazer os interesses de todos os colaboradores. Allen & Truman (1993) indicam que o(s) modo(s) como a mulher empreendedora gere a sua casa tem a tendência para ser muito próxima da(s) forma(s) como gere o seu negócio, evidenciando a ausência de hierarquia e a presença de muita colaboração e um ambiente informal. A hierarquia organizacional que resulta deste método de gestão das mulheres empreendedoras corresponde, segundo Morgan (1996) que se apoia na perspetiva de Mintzberg, a uma estrutura simples que engloba um empreendedor, um grupo de assessores de apoio e um outro operacional que realiza o trabalho básico. Segundo o mesmo autor, esta organização tende a ser muito informal e flexível, ou seja, ideal para se alcançarem mudanças e operações rápidas, num contexto empresarial onde a tomada rápida de decisões é valorizada tal como a inovação constante.

Machado (2003) sustenta a perspetiva de que as estratégias mobilizadas pelas mulheres empreendedoras podem ser classificadas como inovadoras, distinguindo-se pelo seu perfil indisciplinado e, simultaneamente, desafiante na exploração de formas diferentes de abordar os problemas e obstáculos. A forma como as mulheres lideram confirma a existência de um foco nas pessoas e não apenas nas tarefas, tendo ao mesmo tempo uma excelente aptidão para a gestão de recursos humanos. As dificuldades perceptíveis no empreendedorismo feminino apoiam a consolidação da perspetiva de que na sociedade as mulheres são destituídas de *status*, contactos e credibilidade. Segundo Marlow & Patton (2005) entre as dificuldades/obstáculos apontados pelas mulheres empreendedoras, sobressaem o acesso ao crédito e o impedimento de acesso a recursos concedidos pela sociedade.

## **Capítulo 4. Estudo empírico**

### **2.2. Introdução ao exercício de observação sistemática sobre as *Empreendedorismo feminino no Ensino Superior a partir de uma análise do Instituto Politécnico do Porto***

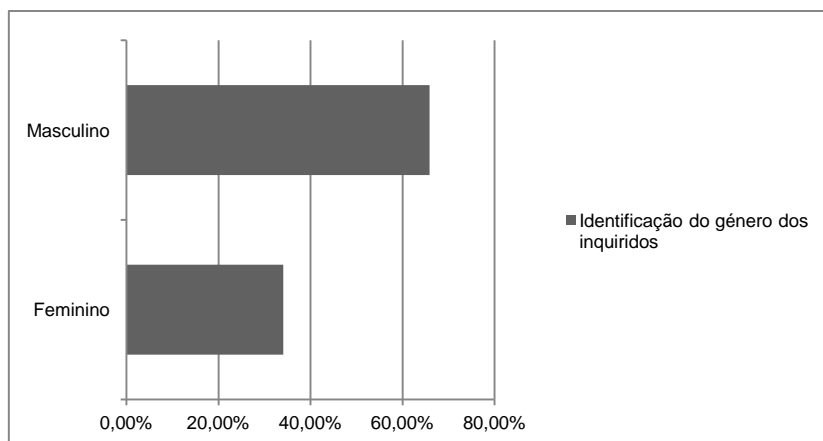
Como exercício de observação sobre as *Perspetivas femininas sobre o empreendedorismo no Instituto Politécnico do Porto* foi utilizado o inquérito (observação indireta sistemática através de inquérito) aplicado entre as 10 horas do dia 7 de outubro e as 24 horas do dia 20 de outubro, através da plataforma *LimeSurvey* do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) *ISCAP SURVEY*, sendo disseminado por todo o Instituto Politécnico do Porto através das redes sociais, junto de grupos da escola e das associações de estudantes. Dos 577 inquiridos, 197 são do sexo feminino (34,1%) e 380 do sexo masculino (65,9%). Foi utilizada uma metodologia quantitativa, procedendo-se no ponto seguinte a uma análise descritiva.

### **2.3. Apresentação dos resultados**

Desta forma pode confirmar-se que o primeiro conjunto constitui apenas um terço do total de indivíduos observados. Este é, à partida, um indicador da participação claramente inferior por parte da mulher neste exercício de observação, o que pode refletir uma limitada predisposição para ser observada e, indiretamente, para (re)produzir movimentos empreendedores. A reduzida participação é, com toda a certeza, um indicador da desigualdade de género no que diz respeito ao empreendedorismo. A reflexão em relação a este, a que o estudo apelou através da proposta do seu preenchimento, consubstancia um traço/eixo da ligação entre o empreendedor e os empreendimentos. A dimensão da representatividade do género feminino entre os inquiridos, retrata uma participação mais reduzida da mulher na interpretação de um fenómeno particular e, conseqüentemente, na sua operacionalização no quotidiano feminino.

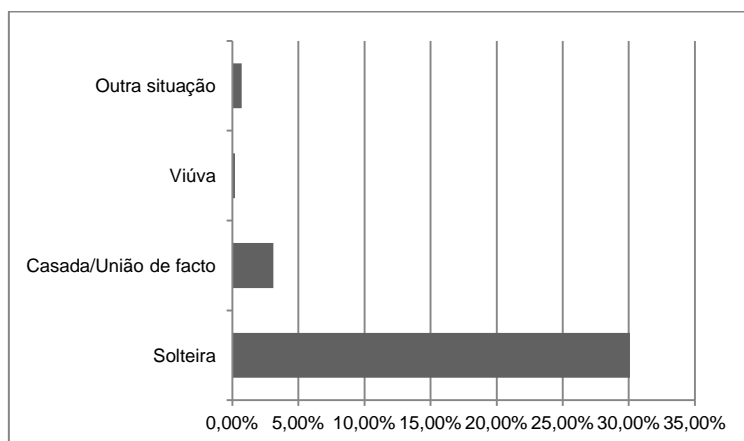
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 20.** Identificação do género dos inquiridos



Depois da identificação do género dos participantes no exercício de observação, foca-se a indicação do seu estado civil. Esta permitiu perceber que existe com toda a certeza um processo de socialização de género, que sedimenta ao nível sociocultural uma educação diferenciada para a ação empreendedora, limitando-a ou permitindo-a. Entre as mulheres inquiridas, a esmagadora maioria identificou-se como solteira e uma pequena parte como casadas ou em união de facto. Desta forma, a grande maioria das participantes é solteira, ou seja, ainda liberta dos constrangimentos que constituem *handicaps* à entrada e manutenção da mulher no mercado de trabalho (papel de mãe e esposa, com as responsabilidades que normalmente lhe estão associadas).

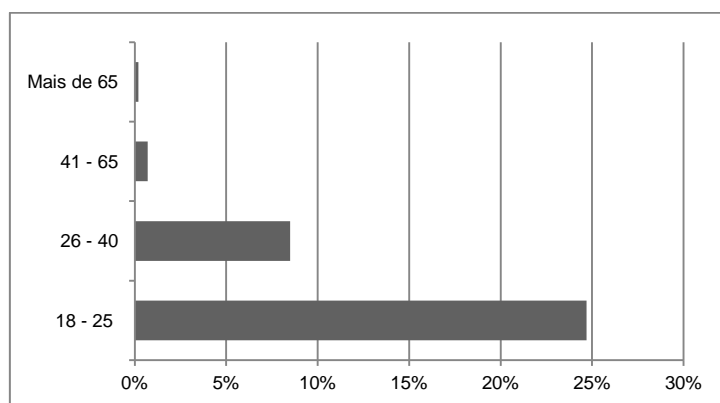
**Figura 21.** Identificação do estado civil



**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

Da identificação do estado civil pode constatar-se que as inquiridas estão à partida independentes de um conjunto de limitações, que poderiam castrar a sua perspetiva sobre os significados do empreender. Inconscientemente poderão funcionar, ou não, outros fatores condicionadores (ou determinantes) da ação empreendedora. Esta interpretação pode também ser confirmada com a idade revelada pelas pessoas do género feminino observadas. Quase  $\frac{3}{4}$  das inquiridas tem entre os 18 e os 25 anos, o que permite perceber de que forma as jovens perspetivam no presente o seu futuro. Uma vez que o primeiro não se prevê mas prepara-se, é essencial entender os traços com que hoje se desenha o amanhã. O potencial empreendedor é uma criação que germina preponderantemente nesta fase do ciclo de vida vivenciada pela maioria das inquiridas.

**Figura 22. Idade**

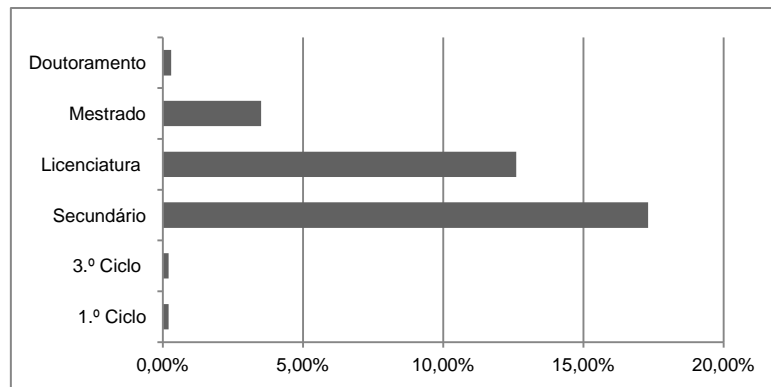


Mais de  $\frac{3}{4}$  dos inquiridos indicaram ter entre os 18 e 25 anos, ou seja, observou-se que a esmagadora maioria destes ainda atravessa uma fase do seu percurso biográfico que, no contexto sociocultural da sociedade portuguesa, ainda se revela prematuro para empreender projetos de futuro. À partida este poderá ser entendido como um *handicap* ao estudo, pois pode entender-se que será prematuro aferir uma propensão para o empreendedorismo junto de alguém que pode ainda não ser detentor das competências e capacidades necessárias para desenhar projetos desta natureza. Contudo, tendo em consideração a importância reconhecida à frequência de processos formativos de nível superior, no sentido da preparação daquelas, entendeu-se relevante observar as perspetivas sobre o empreendedorismo por parte dos seus atores principais no futuro. Por outro lado, o facto de aproximadamente  $\frac{1}{4}$  dos inquiridos ter idades entre os 26 e 40 anos, permite aferir também a perspetiva de um conjunto de indivíduos

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

que já atravessam a idade ativa, ou seja, que já poderiam estar a operacionalizar estratégias empreendedoras no mercado.

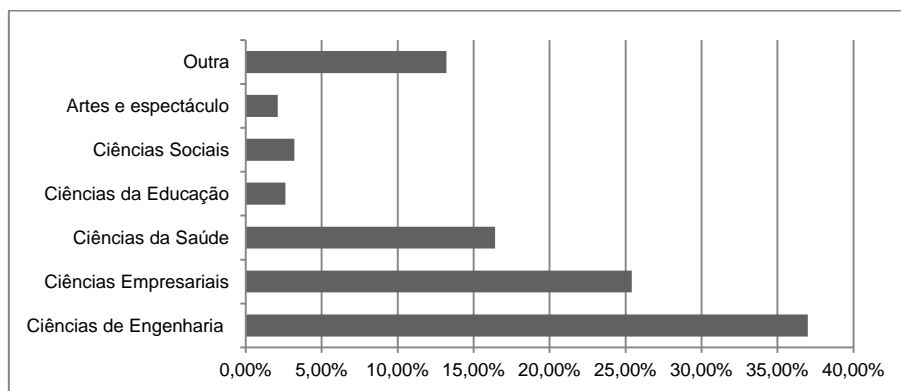
**Figura 23.** Nível de escolaridade concluído



Ao nível das habilitações foi possível observar que pouco mais de metade dos inquiridos era detentor apenas do ensino secundário à data da aplicação do inquérito. Este dado confirma as informações já produzidas em relação ao gráfico da figura anterior, uma vez que os participantes no exercício de observação ainda não detêm conhecimentos que lhes permitam estruturar planos de negócios. Aproximadamente dois quintos dos inquiridos têm habilitações de nível superior, sendo possuidores de uma licenciatura, pelo que é possível aferir de alguma forma uma perspetiva sobre o empreendedorismo junto de uma população que ao contrário do outro conjunto já referido detém já conhecimentos que podem ser cruciais para o seu desenvolvimento. Os detentores do título de mestre representam 10% dos inquiridos, o que também permite perceber que existe na população estudada um conjunto de indivíduos que é detentor de formação académica que deveria fornecer-lhes um conjunto de conhecimentos que permitem construir uma base para a construção de oportunidades de forma pró-ativa.

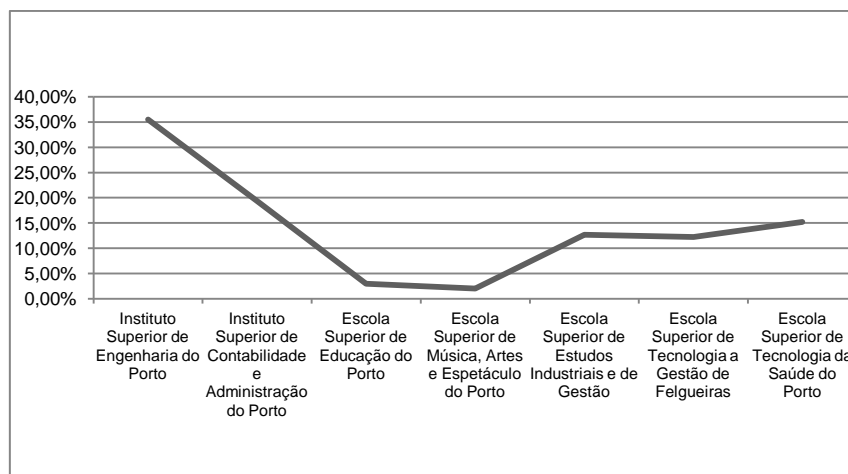
**Figura 24.** Área de estudo do Curso frequentado

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**



Como se pode verificar na figura anterior, as áreas de estudo mais frequentadas pelos inquiridos são a das Ciências de Engenharia e Empresariais, uma vez que pouco mais de 1/3 dos inquiridos frequenta Cursos na área das Ciências de Engenharia e sensivelmente também um pouco mais de ¼ frequentam Cursos da área das Ciências Empresariais. Tendo em consideração este perfil académico, a observação da construção de uma possível predisposição empreendedora e comportamentos empreendedores é deveras relevante, uma vez que existe um conjunto de alunos que desenvolve um processo de especialização no âmbito empresarial. É aqui que nascem as possibilidades de criação de alternativas de empregabilidade, reproduzindo diferentes formas de adaptação recente à realidade do mercado de trabalho contemporâneo. Neste sentido, pode entender-se o desenvolvimento do empreendedorismo em contexto académico como um espaço de construção da resiliência pessoal e profissional.

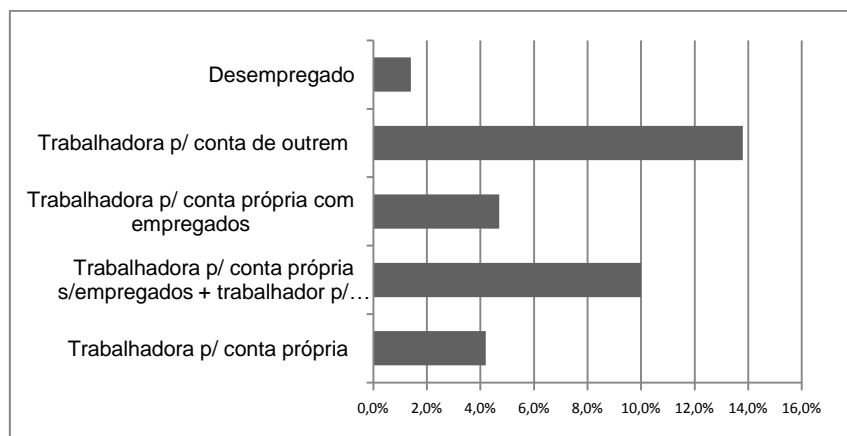
**Figura 25.** Instituição frequentada no Instituto Politécnico do Porto



**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

Como se pode confirmar no gráfico anterior, os grupos mais representativos entre os inquiridos são compostos por alunos do Instituto Superior de Engenharia do Porto e do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, o que confirma a identificação sobre as áreas dos Cursos frequentados. Ao sobressair a área das Ciências Empresariais como aquela que é mais frequentada por parte dos inquiridos, revela-se que estes manifestam um comportamento mais ativo para participarem num inquérito ligado com conteúdos da sua área de formação, assim como possibilita este instrumento aferir a sua perspetiva e entendimento sobre o empreendedor e a ação empreendedora.

**Figura 26.** Condição considerada mais segura perante o trabalho

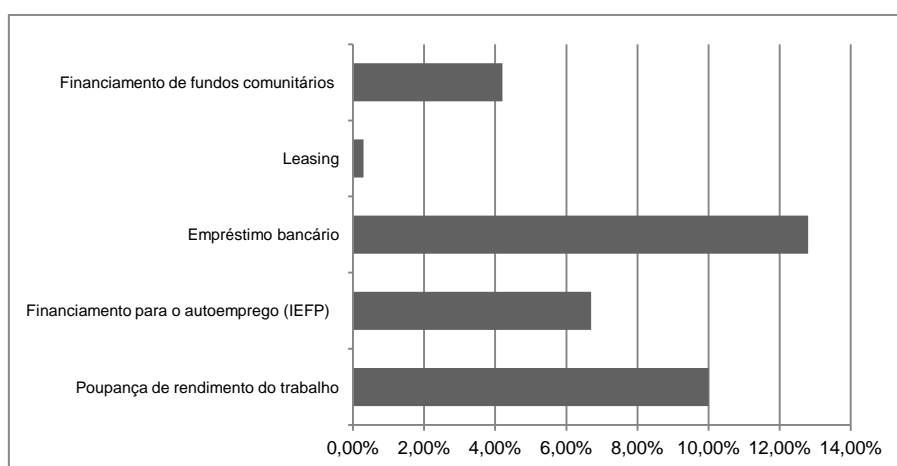


No gráfico anterior, onde se observa a opinião dos indivíduos inquiridos sobre a condição que vislumbram como mais segura perante o trabalho, pode verificar-se que existe uma concentração das respostas nas alternativas: *trabalhador por conta de outrem* e *trabalhador por conta própria sem empregados/trabalhador por conta de outrem*. Aproximadamente 14% dos inquiridos, do sexo feminino, considera que a condição mais segura é aquela através da qual se trabalha para outrem, ou seja, de forma dependente, assim como 10% entende que a condição mais segura é uma condição híbrida, onde seja possível conjugar o trabalho por conta própria sem empregados com uma atividade por conta de outrem. Neste sentido, pode perceber-se que existe algum ceticismo em relação ao empreendedorismo por parte das mulheres inquiridas, pois identificam uma maior segurança em ligações com atividades onde exista a dependência, por oposição a situações de independência e em que exista uma maior abertura para o empreendedorismo. Na totalidade dos inquiridos, o conjunto de mulheres que indica o *trabalho por conta própria* como condição mais segura perante o trabalho resume-se a

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

pouco mais de 4% dos inquiridos, o que permite perceber que não existirá uma perspetiva empreendedora por parte da população feminina estudada, como guia para a agir de forma independente. Outras inquiridas que também indicam como condição mais segura perante o trabalho o *trabalho por conta própria*, assinalam a necessidade de o perspetivar sem a existência de empregados, e articulada com formas de *trabalho por contra de outrem*. Neste sentido, o empreendedorismo só parece ter oportunidade para crescer sob o trabalho dependente.

**Figura 27.** Perspetiva sobre a principal fonte de financiamento para a criação e início do desenvolvimento das empresas

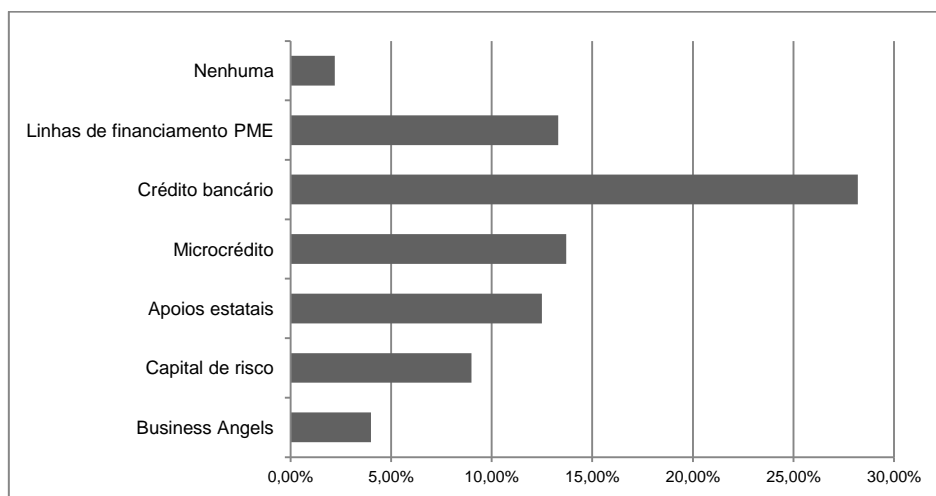


Na questão em que se solicitou a identificação da principal fonte de financiamento para a criação e início do desenvolvimento de empresas, confirma-se a existência de pouca informação sobre as possibilidades de financiamento, assim como o foco destas sobre os empréstimos bancários, sobre os quais recaem normalmente receios associados aos riscos e às consequências resultantes do incumprimento. Tendo em consideração o destaque atribuído aos empréstimos bancários como principal fonte de financiamento para a criação e início do desenvolvimento das empresas, percebe-se que é esta perspetiva e as condições que estão associadas à sua contratualização que podem à partida condicionar e até determinar o movimento empreendedor. Quando é indicada como fonte de financiamento a poupança de rendimento do trabalho, reconhecem-se também os problemas que podem estar inerentes aos riscos de descapitalização e dependência. Os inquiridos observam preponderantemente duas

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

possibilidades: primeiro, a contração de um empréstimo e consequente endividamento; segundo, a utilização de poupanças e a perda de um resguardo para situações de dificuldade.

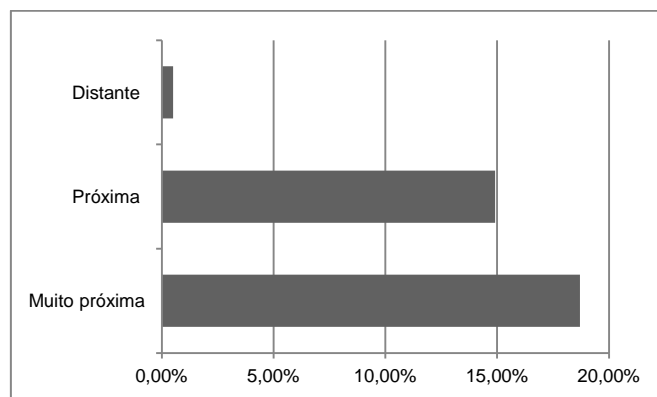
**Figura 28.** Soluções de financiamento conhecidas



Mais uma vez na figura anterior percebe-se que é indicada como solução de financiamento mais conhecida o crédito bancário, seguida das linhas de financiamento às PME, o microcrédito e os apoios estatais. Esta abordagem às soluções de financiamento conhecidas permite apreender a perspetiva redutora e limitada das perspetivas sobre as possibilidades de apoio financeiro à constituição de iniciativas empreendedoras, que as pode inibir à partida. Empreender a partir desta perspetiva sobre as soluções significará com toda a certeza um risco constrangedor da ação e mobilização de competências e capacidades.

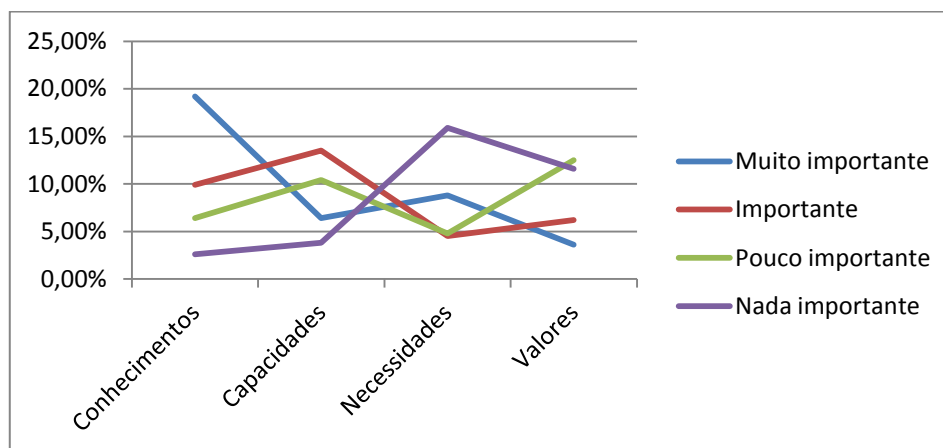
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 29.** Distância da ligação ao ramo de atividade de uma empresa entendida como necessária para apoiar a sua criação



No gráfico anterior, onde se identifica a distância da ligação ao ramo de atividade de uma empresa entendida como necessária para apoiar a sua criação, percebe-se que as inquiridas indicam a necessidade de uma ligação muito próxima ou próxima. Pode assim questionar-se se não estará logo em causa, também à partida, a ação empreendedora, uma vez que se considera que é necessária uma ligação estreita com um determinado ramo de atividade para apoiar a criação de uma empresa no seu espaço de atividade. A evidência da necessidade de proximidade em relação a uma área/ramo de atividade para empreender no sentido da criação de uma empresa, induz obviamente a ideia de que existem fragilidades ao nível da capacidade de inovar.

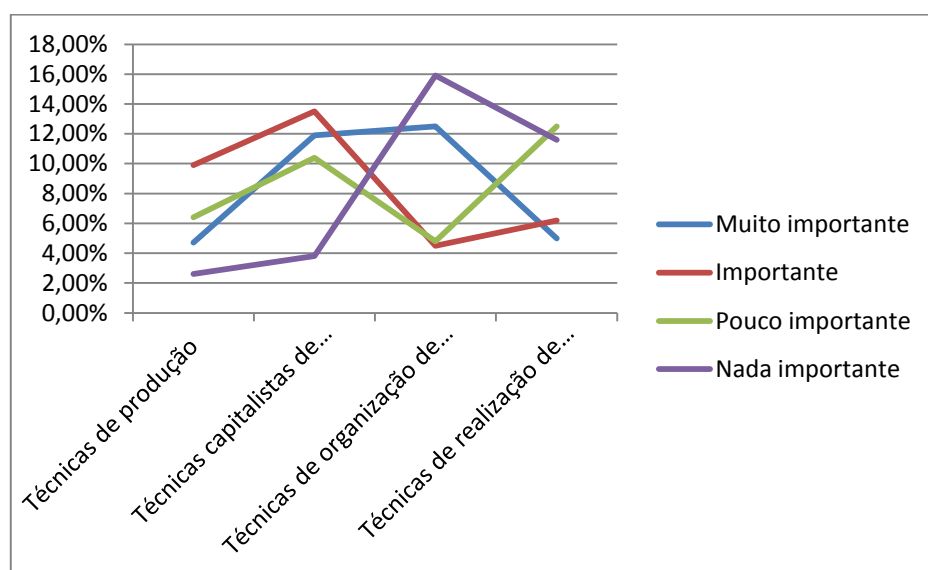
**Figura 30.** Importância de vetores na concretização de empreendimentos



**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

A análise anterior completa-se com a observação dos indicadores sobre a importância atribuída a um conjunto de vetores na concretização de empreendimentos: conhecimentos, capacidades, necessidades e valores. É curioso que entre as mulheres que responderam ao inquérito as necessidades não sejam classificadas como *muito importantes*, antes pelo contrário, como *nada importantes*. Assim, entende-se que a necessidade não constitui um fator preponderante que poderá mobilizá-las para a ação empreendedora. Os vetores mais valorizados são os *conhecimentos* e as *capacidades*. Dá-se assim especial destaque ao *know-how*, ou seja, às ferramentas possuídas, desvalorizando-se aquilo que falta: as necessidades. Não serão estas a mobilizar e a definir a ação, mas antes os predicados revelados por cada indivíduo. Um outro traço importante a reter é aquele em que se observa a reduzida importância conferida aos valores. As mulheres inquiridas, apesar de revelarem ser possuidoras de algumas mais-valias ao nível dos comportamentos e atitudes comparativamente aos homens, passíveis de ser mobilizadas para gerar o movimento empreendedor, indicam que os valores são pouco importantes como enquadreadores dos empreendimentos.

**Figura 31.** Importância atribuída a competências técnicas do empreendedor

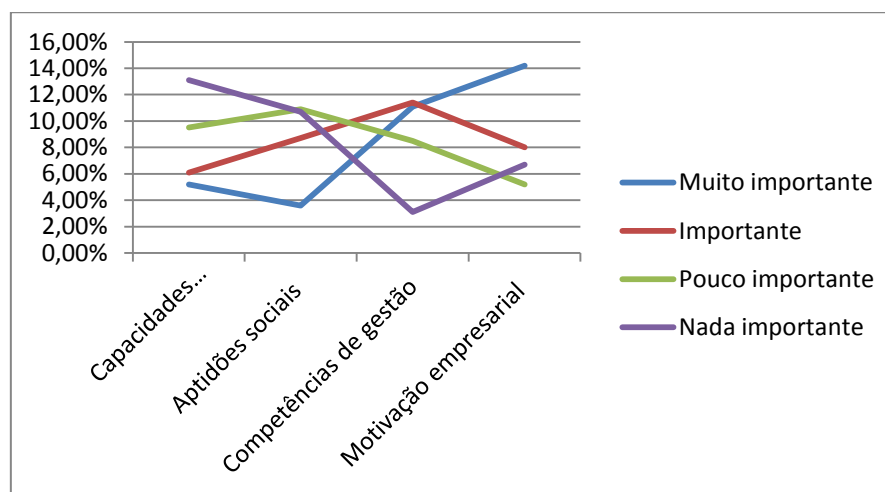


Como se pode verificar através do gráfico anterior, as *Técnicas organização e operações internas* e as *Técnicas capitalistas de reunião de recursos financeiros* são aquelas que sobressaem pela importância que lhes é atribuída. Curiosamente, observou-se também um número considerável de respondentes que classificaram as primeiras como *nada importantes*. De todas as linhas traçadas o mais relevante é sublinhar o destaque atribuído às *Técnicas capitalistas de reunião de recursos financeiros*, assim como a reduzida importância associada às *Técnicas de realização de vendas do produto*. Pode perceber-se

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

aqui um handicap à estruturação de um perfil empreendedor, uma vez que se denota a reduzida importância atribuída às estratégias e mecanismos para comercialização/transação de uma ideia ou produto. É através destas que também se pode observar o perfil empreendedor de uma determinada iniciativa no mercado.

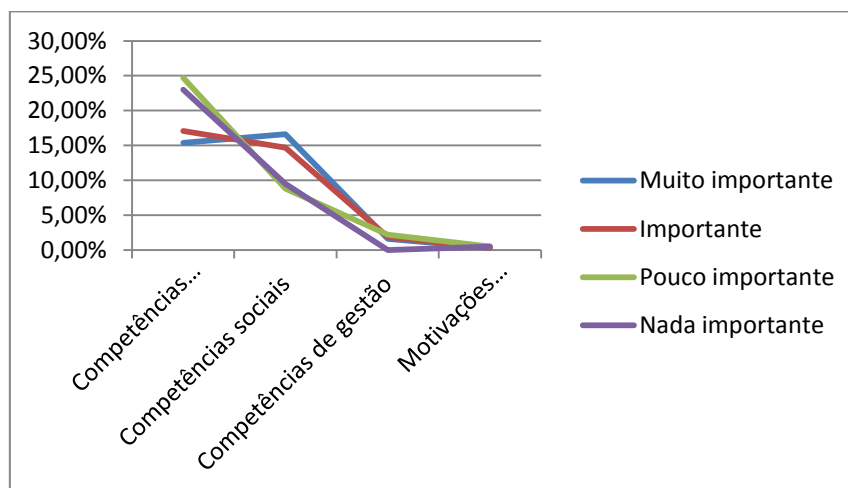
**Figura 32.** Importância atribuída aos predicados essenciais ao potencial empreendedor



No que diz respeito à importância atribuída a um conjunto de predicados reconhecidos como essenciais para a afirmação do potencial empreendedor, sobressaem as *Competências de gestão* e a *Motivação empresarial*. As *Capacidades psicológicas* e as *Aptidões sociais* são menos valorizadas, ou seja, são identificadas como menos importantes. As inquiridas centram-se assim nas competências técnicas e na motivação para empreender, embora nesta última estejam com toda a certeza envolvidas *Capacidades psicológicas*. Para empreender, isto é, à ação em si é reconhecida a necessidade de estar impregnada de *Competências de gestão* e a *Motivação empresarial*, embora nas respostas à questão seguinte se perceba que as perspetivas sejam distintas no que diz respeito ao protagonista empreendedor.

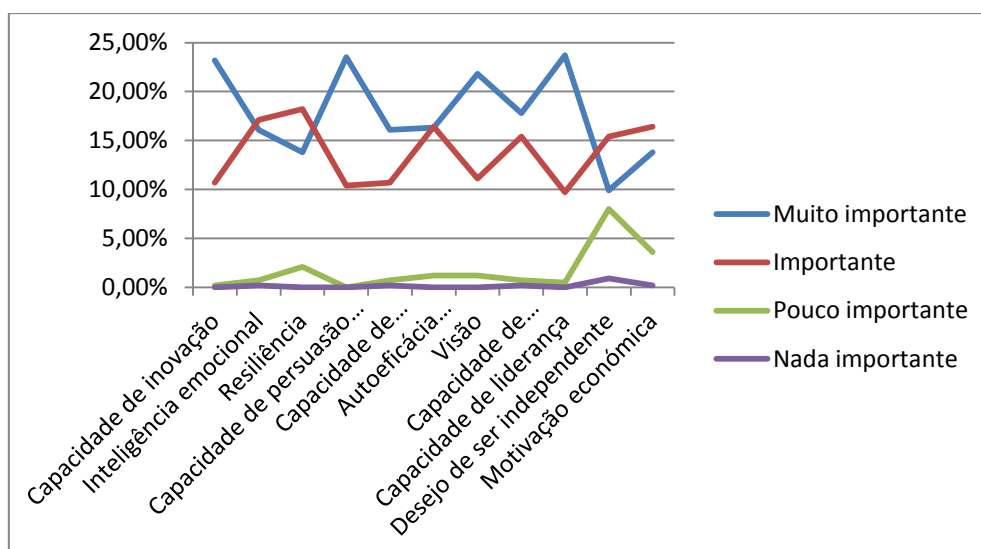
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 33.** Grau de importância das competências distintivas dos empreendedores



No que diz respeito à importância das competências distintivas dos empreendedores, registam-se algumas diferenças em relação às respostas à questão anterior no inquérito. Às *Motivações empresariais* é aqui conferida pouca relevância, destacando-se pela importância atribuída às *Competências Psicológicas* e às *Competências Sociais*. Curiosa é a distribuição da representatividade da importância em relação às primeiras competências, uma vez que estas são simultaneamente assinaladas como *Muito importantes* e *Nada importantes*. Não existe assim um consenso quando ao significado destas enquanto competências que permitem distinguir os empreendedores.

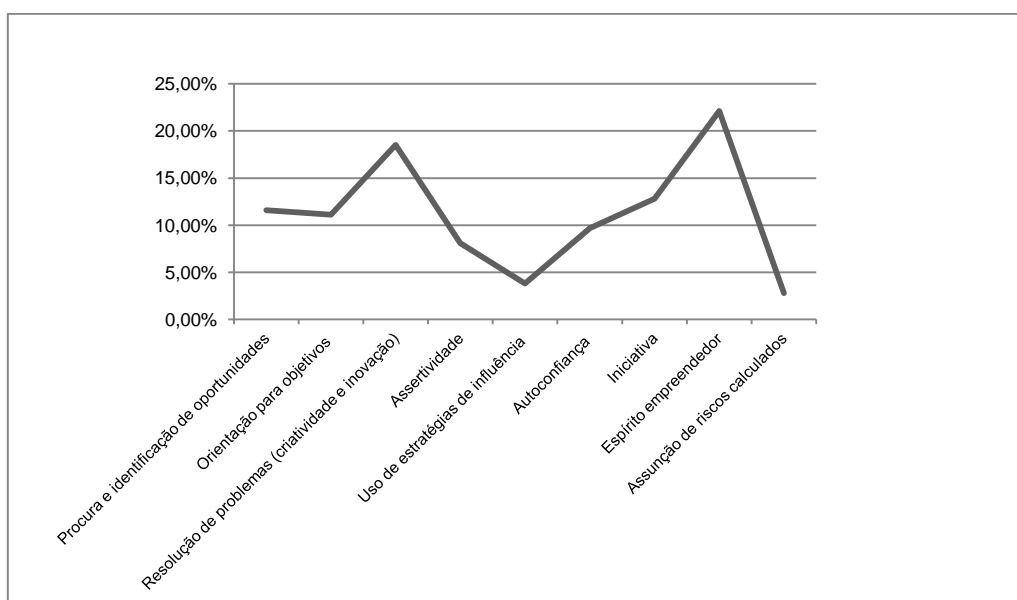
**Figura 34.** Grau de importância de cada uma das dimensões individuais distintivas dos empreendedores



**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

Do gráfico anterior percebe-se que praticamente todas as dimensões individuais que permitem distinguir os empreendedores foram assinaladas como *Muito importantes* ou *Importantes*. Apesar de algumas oscilações entre si, são poucas ou muito poucas as identificações como *Pouco* ou *Nada importantes*. Sublinha-se apenas o assinalar como Pouco importante o *Desejo de ser independente*, isto é, entende-se que para algumas das inquiridas este desejo não será um guia para o empreendedorismo. Destacam-se como *Muito Importantes*: a *Capacidade de inovação*; a *Capacidade de persuasão e comunicação*; *Visão*; e a *Capacidade de liderança*.

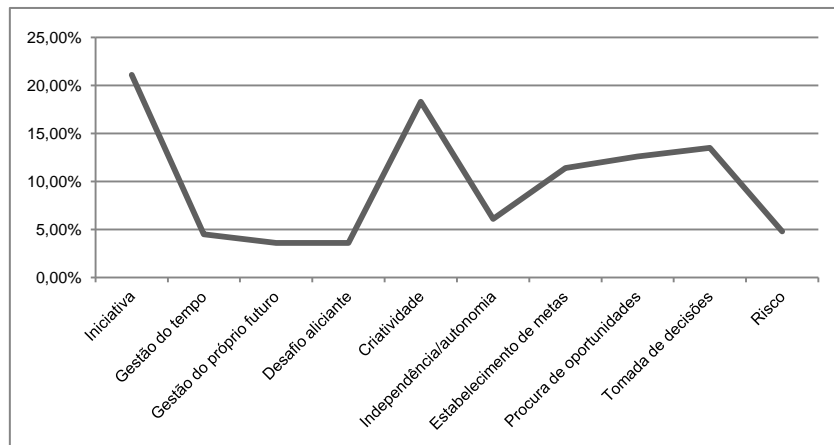
**Figura 35.** Principais caraterísticas do perfil empreendedor



Da última figura com a identificação das principais caraterísticas do perfil do empreendedor sobressaem a capacidade para *resolver problemas*, fazendo uso da criatividade e inovação, a *iniciativa* e o *espírito empreendedor*. Como se pode observar, não existe uma afirmação clara de identificação com as caraterísticas propostas para identificação, transferindo a ideia de que as inquiridas não têm uma ideia precisa sobre as caraterísticas que um empreendedor tem que ter para o *ser de forma a empreender*.

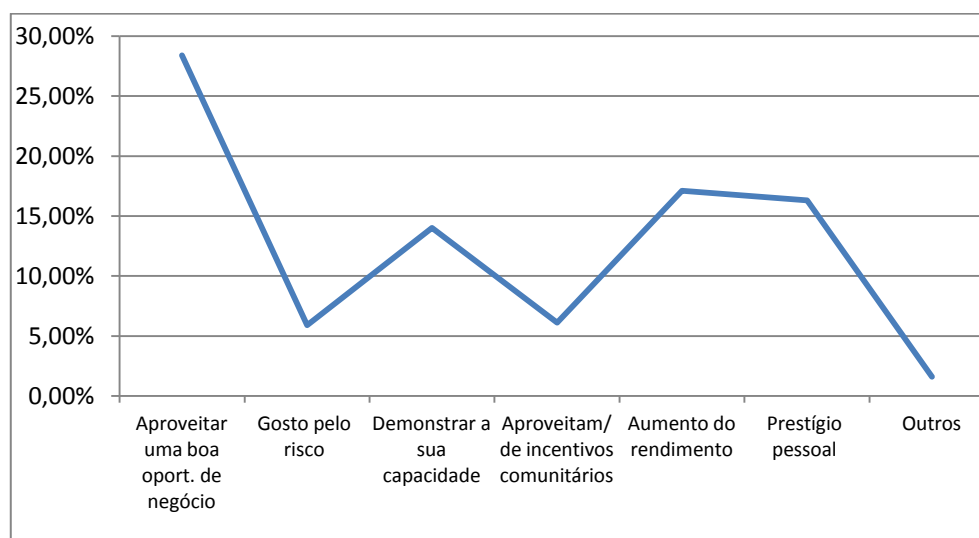
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 36.** Caraterísticas que definem a atitude empreendedora



Da análise das caraterísticas que definem a atitude empreendedora, as inquiridas assinalaram principalmente a *Iniciativa*, a *Criatividade* e a *Tomada de decisões*. Com menor representatividade entre as inquiridas surgem poucas vezes assinaladas: *Gestão do tempo*; *Gestão do próprio futuro*; *Independência/autonomia*; *Risco*.

**Figura 37.** Motivos que motivam a criação de uma empresa

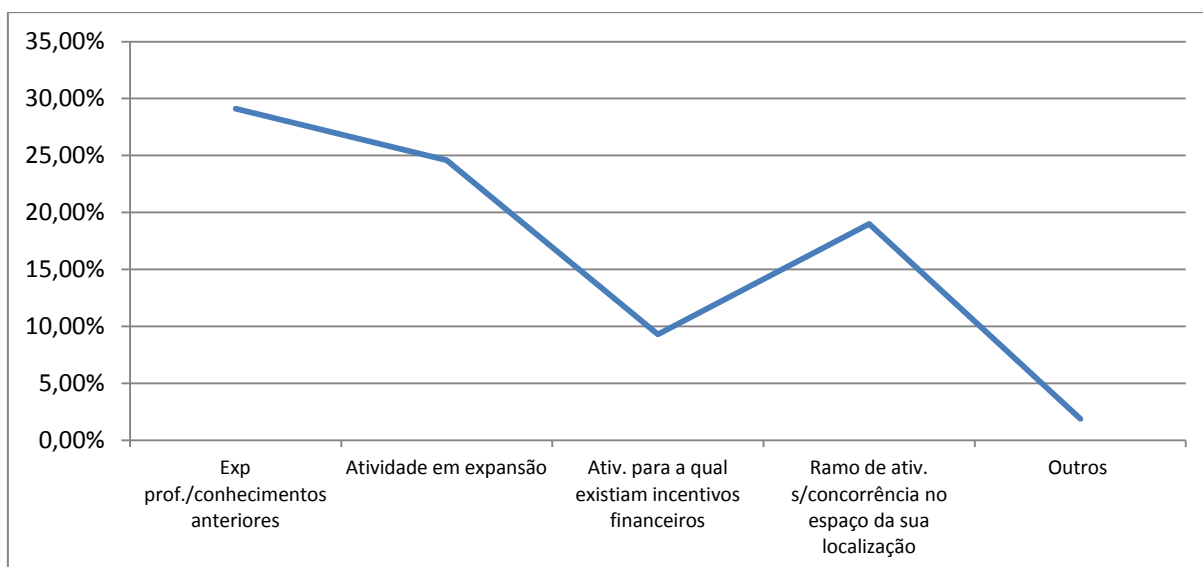


Na amostra em análise, maioritariamente as respondentes consideram como motivo plausível para a criação de uma empresa o aproveitar de uma boa oportunidade de negócio, sendo esta a resposta que apresenta uma maior expressividade no conjunto das que foram obtidas.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

Seguem-se, na perspetiva das inquiridas, como motivos para a criação de uma empresa o aumento do rendimento, a par do prestígio pessoal, surgindo esta (empresa) ainda como uma forma de demonstrar as suas capacidades. Com menor relevância para as mulheres participantes no estudo surgem razões como o aproveitamento de incentivos comunitários ou o gosto pelo risco, tendendo a corroborar uma ideia de maior ponderação nos gastos financeiros ou pré-disposição para correr riscos, associada ao género feminino. Surgiram ainda outros fatores como razões para a criação de uma empresa, tais como o desemprego, insatisfação com o emprego atual, necessidade, objetivos pessoais ou fazer algo de que realmente se goste.

**Figura 38.** Motivos perspetivados como relevantes para a seleção da área de negócio de uma empresa

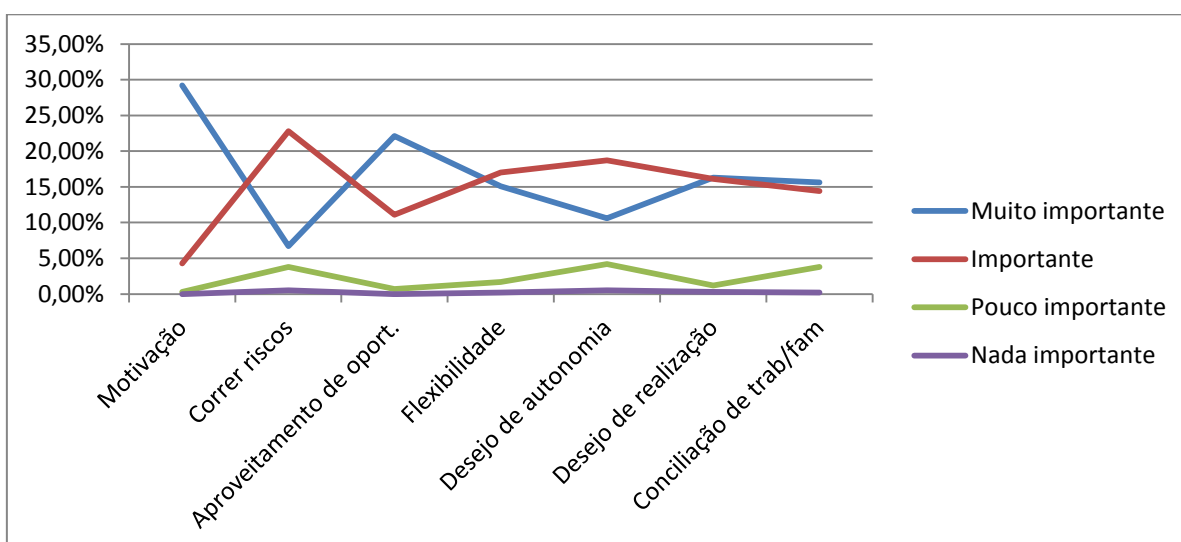


Além das razões que podem ser consideradas como justificando a abertura de um negócio em dado ramo, procurou-se analisar quais os motivos relevantes para a seleção da área do negócio em questão. A razão eleita com maior expressão, de entre as apontadas, é a existência de experiência profissional ou conhecimentos anteriores na área, seguida do facto da atividade eleita se encontrar em expansão, fatores que serão, na perspetiva das mulheres inquiridas, um facilitador do próprio desenvolver da empresa. É ainda um dos fatores mais frequentemente referidos na presente amostra o facto de não existir concorrência na área de implementação da empresa, constituindo este um fator que contribui para o crescimento e

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

sucesso da área de negócio eleita. Com menos expressão foram, tal como anteriormente, referidas as razões de cariz mais financeiro, como o aproveitar de incentivos existentes para aquela área negocial, por exemplo. Nas respostas encontradas foram ainda apontadas outras justificações para a escolha da área de negócio, como resultando de uma preferência pessoal, o facto de ter um plano de negócios melhor que o da concorrência, constituindo uma oportunidade de negócio, ou a necessidade da mesma na zona de implementação, ou de nichos de mercado.

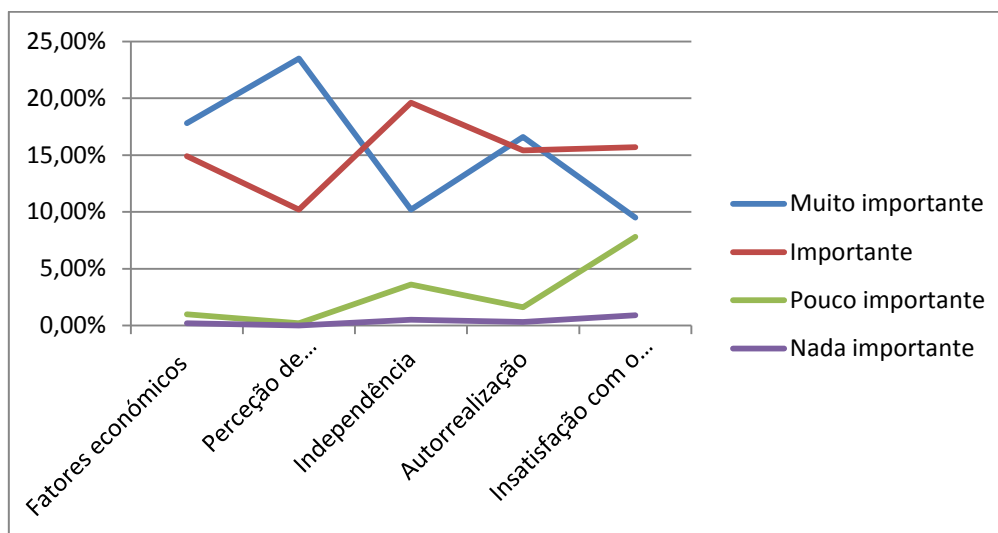
**Figura 39.** Importância dos comportamentos e/ou traços empreendedores



De entre os dados recolhidos foram considerados como muito importantes, por mais de ¼ das mulheres inquiridas, a motivação e o aproveitamento de oportunidades enquanto comportamentos ou traços empreendedores. Foram considerados importantes o correr riscos, bem como o desejo de autonomia e a flexibilidade. Tendo em consideração a linha referentes às classificações como nada importante, pode concluir-se que nenhum dos comportamentos ou traços dos empreendedores são insignificantes na perspetiva das inquiridas.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

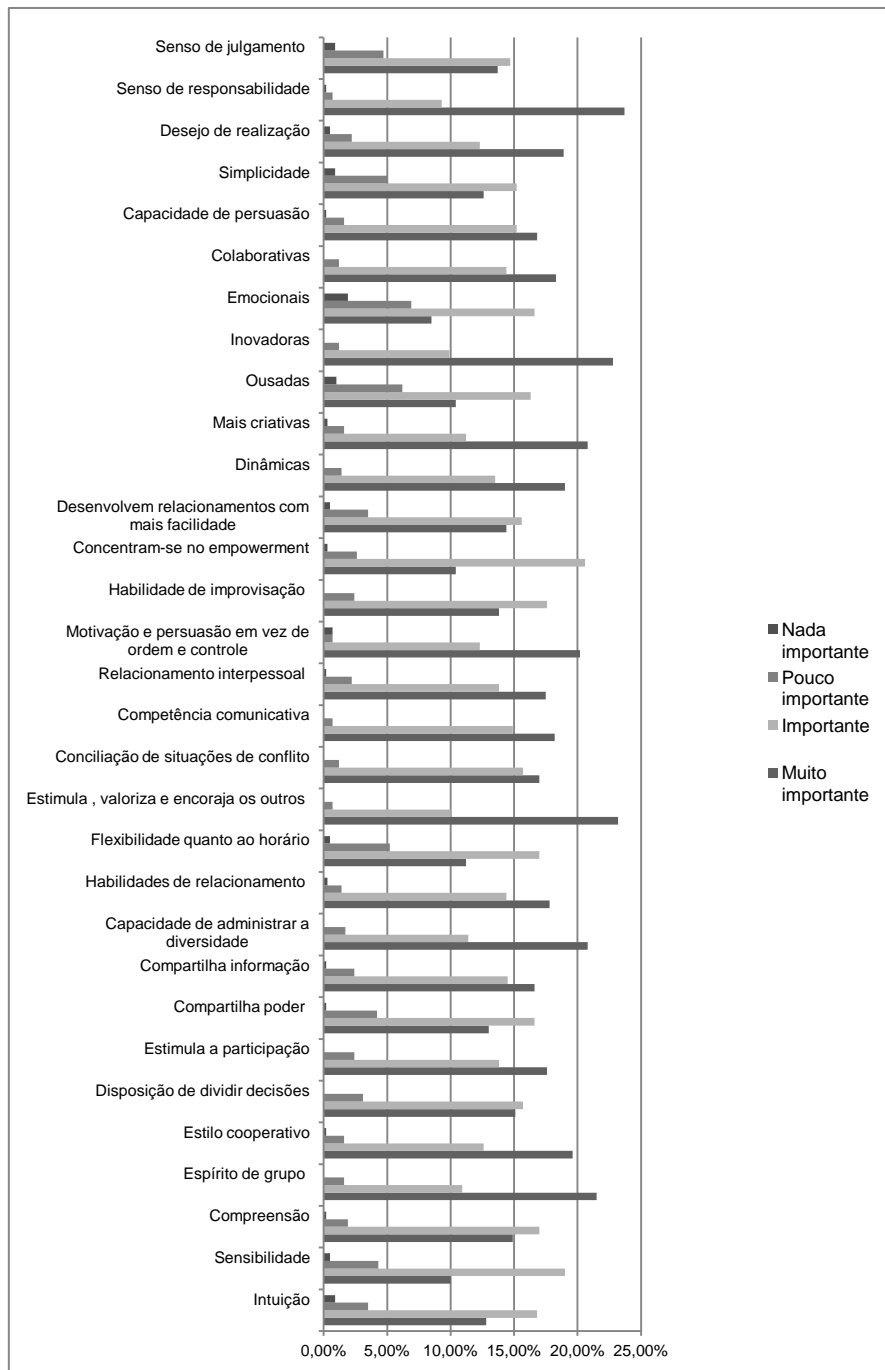
**Figura 40.** Importância das motivações para empreender



No âmbito da criação de projetos empreendedores a percepção de oportunidades de mercado, os fatores económicos e a autorrealização salientam-se como sendo fatores muito importantes nas motivações para empreender, considerados como mais relevantes. Foram ainda considerados como fatores importantes a independência e a insatisfação com o emprego como respostas mais frequentes consideradas pelas mulheres participantes no inquérito. Denota-se, assim, o reconhecimento de elementos inerentes à valorização pessoal da mulher como sendo os mais preponderantes na decisão de optar por uma estratégia de negócio empreendedora.

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 41.** Relevância das características das mulheres potenciadoras do empreendedorismo

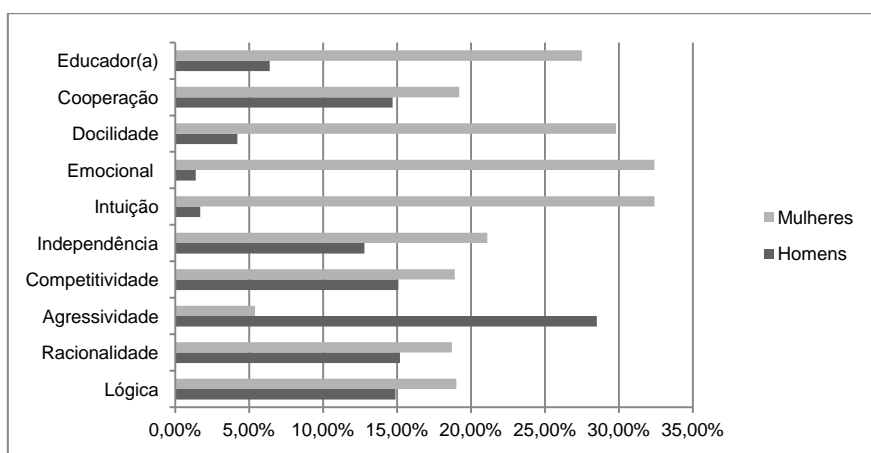


Procurou-se aferir, junto da amostra de mulheres inquiridas, quais as características consideradas como mais importantes nas mulheres potenciadoras do empreendedorismo, tendo sido referidas com maior frequência como muito importantes atributos como o sentido de responsabilidade, o espírito de grupo, capacidade de inovação e criatividade, de estimular e

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

motivar, de usar a persuasão em vez da ordem e controle, apresentando ao mesmo tempo valoriza capacidade de encorajar os outros, e administrar a adversidade, com recurso a um estilo cooperativo e espírito de grupo.

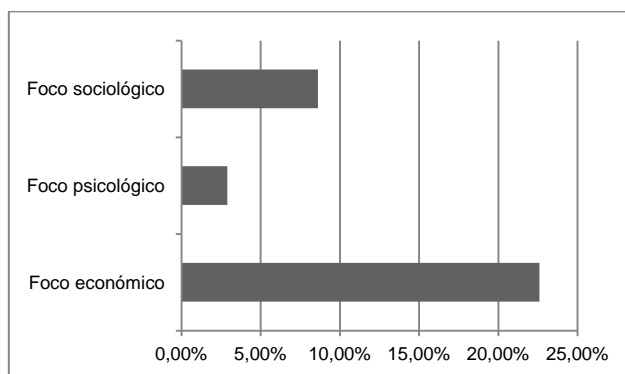
**Figura 42.** Classificação dos atributos entre géneros



Face à ideia da existência de um papel de género, inerente a cada um deles, puderam delimitar-se como características distintivas do género feminino, com maior percentagem de repostas na presente amostra, atributos como o ser educador, emocional e intuitivo, dócil, independente e cooperante. Estes foram os atributos maioritariamente associados às mulheres, aos quais se juntam ainda a racionalidade e a lógica. Por outro lado, o atributo que à luz da maior parte das respostas está associado ao género masculino é a agressividade, cuja associação às mulheres, na persente amostra de repostas, é quase inexpressiva.

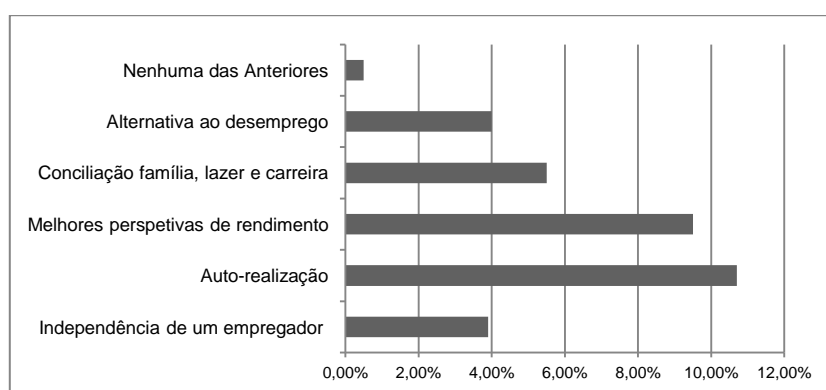
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 43.** Foco considerado mais importante para a criação de uma empresa



No âmbito da criação de uma empresa, a amostra de mulheres inquiridas salienta o foco económico como sendo considerado o mais importante, sendo assinalado por mais de 1/5 das mulheres. Desta forma, a ligação entre a esfera económica e a criação e renovação do tecido empresarial é reconhecida como de extrema importância no âmbito do empreendedorismo. Em segundo lugar, no reconhecimento da relevância dos diversos focos em análise, foi indicado o foco sociológico e por fim o foco psicológico, com a minoria das respostas.

**Figura 44.** Aspetos entendidos mais relevantes para iniciar o próprio negócio

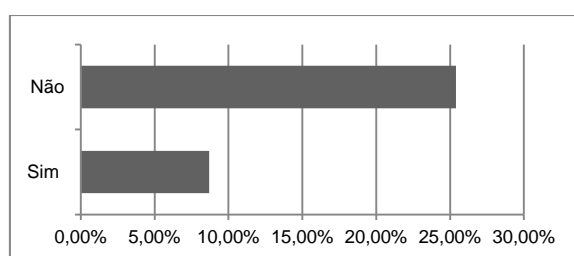


Na perspetiva das respondentes o aspeto entendido como mais relevante para iniciar o próprio negócio é a autorrealização, sendo o foco do empreendedorismo a satisfação e realização pessoais reconhecidas como importantes, mais do que qualquer outro fator. A par deste, foi ainda referido outro fator, também com uma forte expressão no universo de respostas: a

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

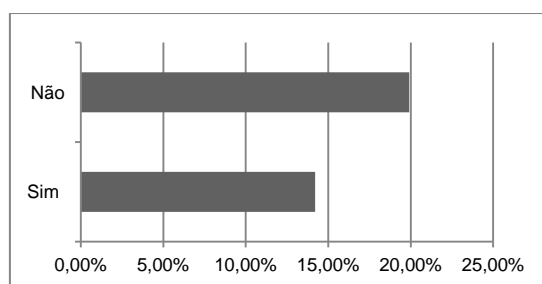
existência de melhores perspetivas de rendimento. Com expressões menos significativas são referidas a conciliação entre a família, o lazer e a carreira, sendo ainda a criação do próprio negócio encarado como uma alternativa ao desemprego e como um meio de garantir a independência face a um empregador.

**Figura 45.** Seleção do empreendedorismo como primeira opção no momento de integrar o mercado de trabalho



Não obstante o reconhecimento da importância e das mais-valias associadas à criação do próprio negócio, o empreendedorismo apenas é eleito como primeira opção na entrada para o mercado de trabalho por 8% das mulheres que responderam ao questionário, assumindo-se esta como uma solução com pouca peso no caso desta amostra, inferindo-se que na generalidade dos casos, as mulheres optarão por priorizar outras formas de entrada no mercado de trabalho.

**Figura 46.** Afirmação da posse de ideia de negócio

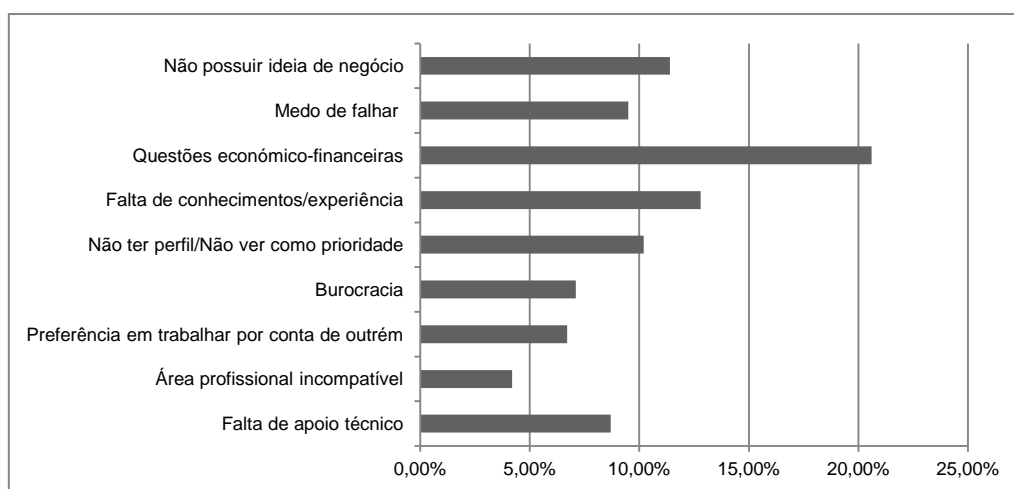


Analisando a existência de idealização de negócios verifica-se, no entanto, que a resposta afirmativa, embora minoritária relativamente à sua oposta, é mais expressiva do que na questão anterior. Infere-se, assim, a existência de ideias de negócio por parte das mulheres

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

respondentes, ainda que tendencialmente em alguns casos, essas ideias não sejam transpostas para a prática empreendedora.

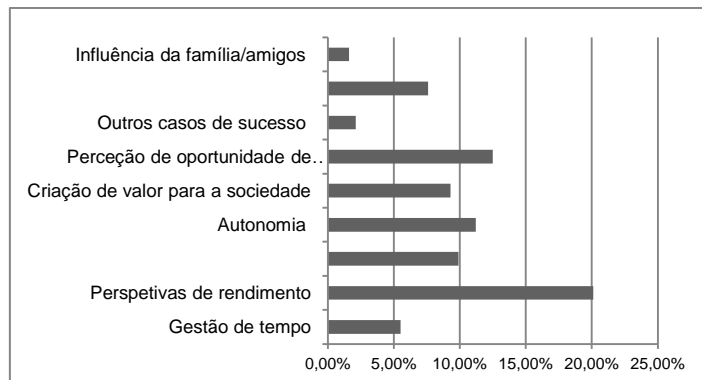
**Figura 47.** Indicação dos motivos para não empreender



Procurando aferir as razões subjacentes a esta tendência da não passagem ao ato, surgem como razões marcadamente mais relevantes nas respostas das mulheres do presente estudo as que se prendem com questões de ordem económica e financeira, resposta seleccionada em mais de 20% dos casos. Num segundo nível de relevância, são destacadas a falta de conhecimento ou experiência ou o facto de não ter uma ideia de negócio definida. São ainda referidos outros fatores, a um nível médio de relevância como justificando a criação de um negócio, relacionados com a existência de um medo de que o negócio não tenha sucesso, por um lado, ou com o facto de não ser considerada como uma prioridade a criação do próprio negócio e/ou não ter perfil para a vivência do mundo empresarial. Algumas das respostas apontam ainda que a falta de apoio técnico e a burocracia são fatores que condicionam a criação de negócios próprios, sendo a incompatibilidade com a área profissional já desenvolvido a opção com menos relevância no presente conjunto de dados.

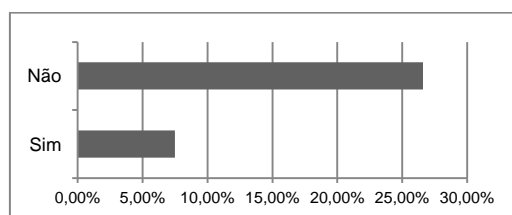
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 48.** Motivos entendidos como enquadramentos da criação do próprio negócio



No polo de análise oposto, procurou-se aferir as razões que condicionam a vivência do empreendedorismo, mas pela vertente positiva, isto é, que conduzem à criação do próprio negócio e que, assim encarados, o enquadram. A opção mais preponderante e significativa nas respostas analisadas está relacionada com as perspetivas de rendimento associadas à criação do próprio negócio, opção referida em  $\frac{1}{4}$  das respostas alvo de análise no presente estudo. Encontram-se ainda outros fatores condicionantes positivamente a criação do negócio próprio, nomeadamente a perceção de uma oportunidade de negócio ou a autonomia associada ao mesmo, a criação de valor para a sociedade e para o próprio (nomeadamente pela valorização de competências pessoais), bem como a falta de oportunidades atrativas do mercado, assim como a gestão do tempo, que se destacam dos restantes, com menor expressão nas respostas.

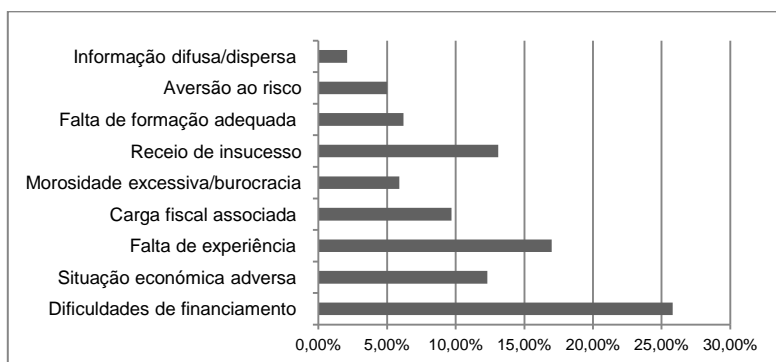
**Figura 49.** Sentimento de preparação para iniciar o negócio próprio



Simultaneamente, e numa lógica cumulativa com os fatores supra referidos, verifica-se que na esmagadora maioria dos casos, nas respostas analisadas, as respondentes não se sentem preparadas para iniciar um negócio próprio.

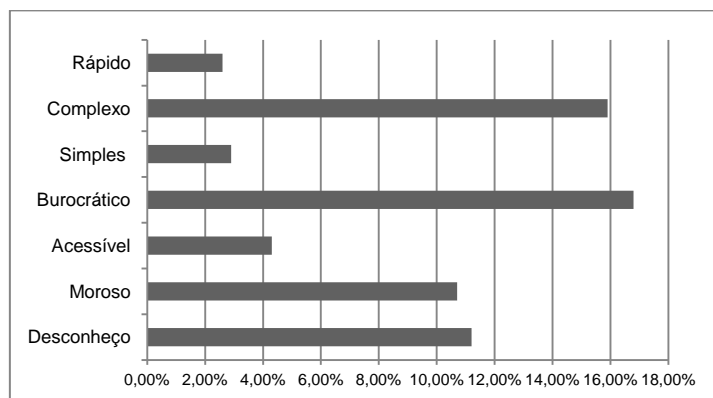
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 50.** Principais constrangimentos que identifica na criação de um negócio



Simultaneamente, e numa lógica cumulativa com os fatores supra referidos, verifica-se que na esmagadora maioria dos casos, nas respostas analisadas, as respondentes não se sentem preparadas para iniciar um negócio próprio.

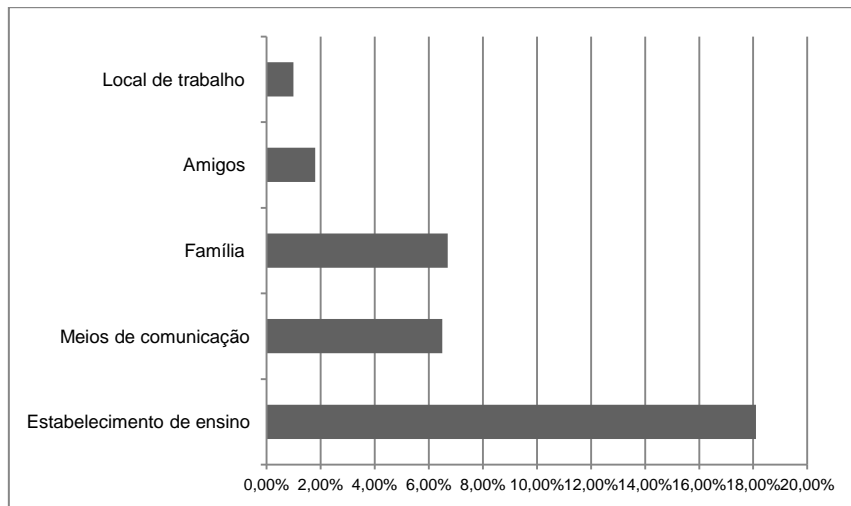
**Figura 51.** Características associadas ao processo de constituição de uma empresa



Uma das razões que poderá intrinsecamente influenciar a criação da própria empresa relaciona-se com as características (essencialmente negativas) que as participantes no estudo associam a esse processo, nomeadamente o facto de ser demasiado burocrático e complexo, destacando-se estas características das restantes. Estes procedimentos são ainda encarados como morosos e assinalados como desconhecidos por um considerável número de respondentes. As características de cariz mais positivo foram referidas por um número inferior de indivíduos, sendo apenas uma pequena percentagem os que consideram tratar-se de processos rápidos, simples e acessíveis. Estas crenças associadas são, seguramente, alguns dos fatores condicionantes da passagem da intenção ao ato de criar o próprio negócio.

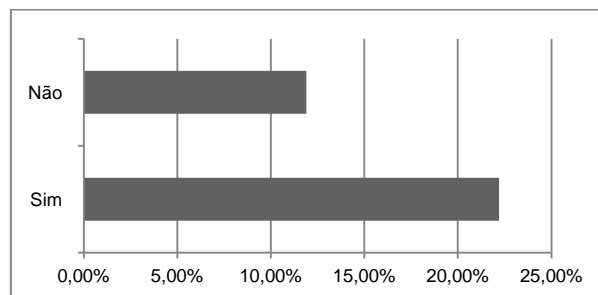
**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**Figura 52.** Identificação do espaço onde foi estabelecido contacto com o conceito de empreendedorismo pela primeira vez



O contacto com a temática do empreendedorismo ocorreu, na grande maioria dos casos, no estabelecimento de ensino, verificando-se, assim, que este é ainda o maior responsável pela disseminação do conceito e pela introdução à temática por parte dos indivíduos. Com níveis de resposta menos expressivos encontram-se outras fontes de informação sobre a temática do empreender, nomeadamente por via dos meios de comunicação e outros significativos (caso da família, amigos ou local de trabalho), embora em todos estes casos a taxa de resposta se situe abaixo dos 8%.

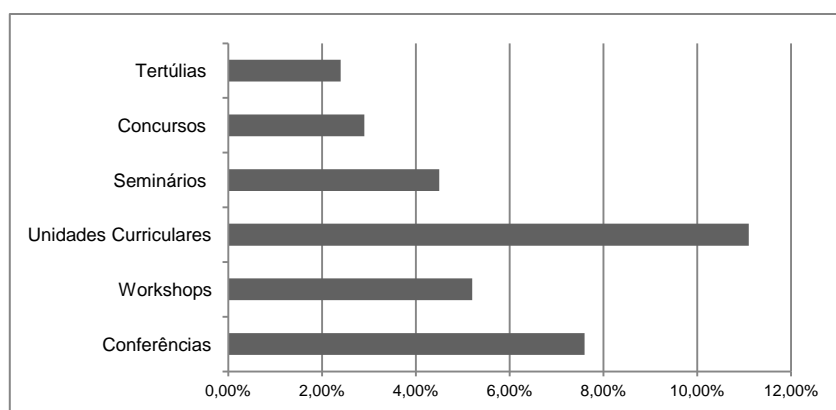
**Figura 53.** Contacto com iniciativas associadas ao empreendedorismo no estabelecimento de ensino



**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

O contacto com o conceito de empreendedorismo nos estabelecimentos de ensino é, como antes referido, a realidade mais frequentemente reportada, assinalando-se que mais de 1/5 das respondentes referiu, além do conceito, ter tido contacto com iniciativas associadas ao empreendedorismo através do estabelecimento de ensino, contribuindo este não só para o alargamento do conceito, como para a construção de uma imagem e definição associadas ao mesmo, pela promoção de iniciativas que lhes estejam subjacentes.

**Figura 54.** Identificação das iniciativas através das quais se admite o contacto com o empreendedorismo



No âmbito das várias iniciativas promovidas pelos estabelecimentos de ensino, identificam-se diversas tipologias, sendo a mais frequentemente referida o caso das unidades curriculares subordinadas à temática do empreendedorismo. A par destas referem-se ainda a promoção de conferências, *workshops* ou seminários, onde, por via da formação, mais ou menos formal e estruturada é trabalhado o conceito e as características que lhes estão associadas. Salientaram-se ainda a referência a concursos e tertúlias, ainda que com um nível de expressividade inferior relativamente às restantes iniciativas trabalhadas.

## ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

### **Considerações finais**

Na presente revisão de literatura foi possível apurar a existência de alguns denominadores comuns às práticas e conceções de empreendedorismo no feminino. Muitos são consensuais em reconhecer como motivos principais para a entrada no mercado de negócio por parte das mulheres quer a realização pessoal, quer o reconhecimento da existência de uma oportunidade de mercado. Esta mesma tendência foi encontrada no presente levantamento de dados, sendo estes também dois dos fatores mais frequentemente referidos. ao mesmo tempo, a tendência para a globalização é um fator que favorece o alargamento de oportunidades e possibilita que as mesmas sejam tomadas de modo como vez mais abrangente.

Não obstante, são também apontadas pela literatura algumas condicionantes mais eminentemente femininas, tal como a dificuldade de conciliação entre a carreira e a família e, por outro lado, alguns constrangimentos reconhecidos na progressão de carreira em organizações empresariais, associadas por vezes a barreiras e estereótipos de género que culminam num menor índice de progressão laboral das mulheres. São múltiplos os estudos concorrendo numa mesma linha de pensamento, que identificam em contexto social e empresarial uma tradição de desvalorização do feminino e desencadeado pelo favorecimento do masculino, a que correspondem determinados espaços e papéis sociais delimitados e assentes numa hierarquia de géneros (O receio associado à criação de um negócio próprio ou o medo de que este não tenha sucesso são fatores importantes a ter em linha de conta na análise dos números apresentados, dado que são duas das justificações apresentadas pelas mulheres para não avançar com as ideias de negócio que (em alguns casos) referem ter.

Nos últimos anos, no entanto, tem-se assistido a uma inversão nesta linha de pensamento social, com aumento do número de mulheres empreendedoras que criam e desenvolvem o seu próprio negócio. Diversos autores reconhecem também a pertinência da necessidade da conciliação entre as múltiplas exigências de várias vertentes vivenciais femininas (universo laboral, familiar, doméstico, entre outros). Atendendo à maior necessidade de conciliação entre as tarefas domésticas e realidade familiar com as exigências laborais, esta tende a ser um dos constrangimentos à maior expressividade de empreendedoras, condicionadas muitas vezes pelo agregado (serem solteiras ou casadas, terem filhos pequenos ou não, por exemplo), bem como pela necessidade de complementar o rendimento mensal. Por esta razão, assente numa linha de pensamento e de conciliação, alguns autores reconhecem a importância de integrar na filosofia do empreendedorismo no feminino as características familiares (estado civil, idade dos filhos, entre outros), por representarem tanto facilitadores como restrições nas vivências profissionais destas mulheres. Em muitos casos, esta dificuldade de conciliação de "mundos" apresenta-se como um conflito vivencial de grande relevância para



### ***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto***

as mulheres, onde o empreendedorismo pode surgir como fator facilitador de conciliação de realidades, dado que facilita a gestão pessoal do tempo e a articulação entre as necessidades pessoais e profissionais, de acordo com os dados levantados, ainda que o fator reconhecido como sendo de maior peso esteja associado aos maiores rendimentos económicos. Ao mesmo, algumas das ideias associadas à criação de negócios são tendencialmente negativas, isto é, os dados recolhidos permitiram apurar que na generalidade dos casos as mulheres consideram tratar-se de um processo moroso, burocrático e complexo, fatores que poderão, também, funcionar como desmobilizadores para a criação de negócios próprios. Desta forma se conclui que o potencial empreendedor é desenvolvido e sofre a influência de diversos vetores de cariz social, familiar, económico ou laboral, culminando muitas vezes determinadas ideias de negócio por não ser concretizadas atendendo a algumas das barreiras consideradas como limitativas.

O exercício de observação contido neste trabalho confrontou-se com algumas limitações, nomeadamente ligadas com a observação do grupo definido como objeto de estudo: indivíduos do sexo feminino. Aberto o inquérito a toda a população do Instituto Politécnico do Porto, foi possível apenas recolher as opiniões de pouco mais que 1/3 dos inquiridos, pois só estes pertenciam ao sexo feminino. A participação feminina no inquérito foi então bastante mais reduzida do que a da população do sexo masculino, o que limitou significativamente a observação do fenómeno do empreendedorismo feminino no Ensino Superior, empreendendo uma análise do Instituto Politécnico do Porto. Esta constituiu a principal limitação, à qual se juntou a evidente prematuridade da fase do percurso biográfico da população tendo em consideração o seu processo de integração sociocultural no processo educativo/formativo e natural adiamento do processo seguinte de integração profissional. Novas propostas de estudos sobre o tema terão que ter em consideração estas limitações, estruturando novas formas de observação através das quais seja possível observar um maior número de população feminina, assim como interpretar a perspetiva sobre o empreendedorismo depois de terem sido abordados alguns conteúdos sobre o mesmo. A análise realizada permitiu perceber um desconhecimento considerável sobre o conceito, ou seja, foi de certa forma limitada a observação sobre o entendimento sobre aquele. Um exercício desta natureza, claramente reflexivo, exige a posse prévia de informação sobre o fenómeno em estudo, o que manifestamente não existia.

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

**Referências bibliográficas**

Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), 97-107.

Alfaiate, O. (2010). *Empreendedorismo e o plano de negócios: Um caso prático* (Tese de Mestrado). Disponível em

[https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/14364/1/Dissertação\\_Olga%20Alfaiate.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/14364/1/Dissertação_Olga%20Alfaiate.pdf)

Ahmad, N. & Hoffmann, A. (2008). *A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship*. OECD Statistics Working Paper. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

Allen, I., Dean, M., Elam, A., & Langowitz, N. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor: Report on Females and Entrepreneurship*. Disponível em [http://www.gemconsortium.org/files.aspx?Ca\\_ID=224](http://www.gemconsortium.org/files.aspx?Ca_ID=224) (consultado em Outubro 2015)

Allen, S., & Truman, C. (1993). *Women in business – perspectives on women entrepreneurs*. London: Routledge.

Alves, M., Machado, H., Mione, A., & St-Cyr, L. (2003). O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. *RAE-eletrônica*, 2(2), 2-22.

Audretsch, D. & Thurik, A. (2001). «Linking Entrepreneurship to Growth». *In Working Paper DSTI/DOC 2001. 2: 74 – 98*.

Baron, R., & Shane, S, (2008). *Entrepreneurship: A Process Perspective*. Canada: Previous Editions.

Batista, A., Hespanha, P., Nogueira, C., Portela, J., & Teixeira, M. (2008). *Microempreendedorismo em Portugal. experiências e perspetivas*. Disponível em [http://www.ces.uc.pt/publicacoes/outras/200802/versao\\_completo.PDF](http://www.ces.uc.pt/publicacoes/outras/200802/versao_completo.PDF)

Batista, R., & Thurik, A. (2007). The relationship between entrepreneurship and unemployment: is Portugal an outlier?. *Technological Forecasting and Social Change*, 74(1), 75-89.



***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

- Batista, R., Escária, V., & Madruga, P. (2008). Entrepreneurship, regional development and job creation: the case of Portugal. *Small Business Economics*, 30(1), 49-58.
- Bruce, D. (1999). Do Husbands Matter? Married women entering self-employment. *Small Business Economics*, 13(4), 317-29.
- Brush, C. (2006). *Women Entrepreneurs: A Research Overview*. Oxford UK: Oxford University Press.
- Bucha, A. (2009). *Empreendedorismo: aprender a saber ser empreendedor*. Lisboa: RH.
- Bygrave, D., & Hofer, C. (1991). Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Camargo, M. (2005). Fundador versus sucessor: estudo comparativo das características comportamentais empreendedoras dos empresários de empresas familiares do município de Chapecó. Disponível em [http://proxy.furb.br/tede/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=242](http://proxy.furb.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=242)
- Capontes, C. (2012). *Género e empreendedorismo em Portugal: Estudo empírico com base nos dados do Global Entrepreneurship Monitor* (Tese de Mestrado). Disponível em <https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/8229>.
- Carland, J. W., Carland, J. A., Boulton, W., & Hoy, F. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners. *Academy of Management Review*, 9(2), 354-359.
- Carree, M. & Thurik, A. (2003). «The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth» (437 – 471). In Z. Acs & D. Audretsch (Edits.), *Handbook of Entrepreneurship Research*. Boston and Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Casero, J., Escobebo, M., Jiménez, M., & Mogollón, R. (2010). Actividad emprendedora y género. Um Estudio Comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía la Empresa*, 19(2), 83-98.



***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

Chaves, M. (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.

Chelariu, C. *et al.* (2008). «Entrepreneurial propensity in a transition economy: exploring micro-level and meso-level cultural antecedentes». *In Journal of Business & Industrial Marketing*. N.º 23/6 : 405 – 415.

Coduras, A. *et al.* (2008). «The Relationship Between University Support to Entrepreneurship with Entrepreneurial Activity in Spain : A Gem Data Based Analysis». *In International Advances in Economic Research*. N.º 14 : 395 – 406.

Corrêa, R., Freire, D., & Ribeiro, H. (2011). Género e empreendedorismo: um olhar sobre a pesquisa do G.E.M. Disponível em [http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/an\\_resumo.asp?cod\\_trabalho=411](http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=411)

Costa, A. (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.

Deakins, D. (1999). *Entrepreneurship and Small Firms*. McGrawHill: London

Dornelas, J. (2003). *Empreendedorismo Corporativo*. São Paulo: Editora Campus.

Drucker, P. (1959). «Long-Range Planning: Challenge to Management Science». *In Management Science*. 5: 238 – 249.

Drucker, P. (1986). *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira.

Drucker, P. (1999). *Desafios gerenciais para o século XXI*. São Paulo: Thomson

Duarte, R. (2008). *Determinantes de empreendedorismo: o papel dos BIC*. Dissertação de Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico. Universidade do Porto: Porto.

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

Elam, A., & Terjesen, S. (2007). *Institutional logics: gender and business creation across 28 countries*. Paper apresentado na Proceedings Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC), Madrid, Espanha.

Fillion, J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e Proprietários-gerente de pequenos negócios. *Revista da Administração*, 34(2), 05-28.

García, F., & Cañizares, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estúdios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.

GEM Portugal (2007). *Avaliação do potencial empreendedor em Portugal - The Global Entrepreneurship Monitor, Projeto GEM Portugal 2007*

GEM Portugal (2010). *Estudo sobre o Empreendedorismo*. Lisboa: SPI – Ventures/IAPMEI/Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento

GEM Portugal (2012). *Estudo sobre o Empreendedorismo*. Lisboa: SPI – Ventures/ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

Gomes, A. (2005). O outro no trabalho: Mulher e Gestão. *Revista de Gestão USP*, 12(3), 1-9.

Gorji, M., Nezambad, M., Khozain, A., & Siami, S. (2012). The survey of barriers to individual entrepreneurship and their priority in men and women. *International Journal of Research in Management*, 2(2), 98-107.

Greene, P.; Brush, C. & Gatewood, E. (2007). «Perspectives on women entrepreneurs: Past findings and new directions». In M. Minniti (Ed.). *Entrepreneurship: The Engine of Growth*. London: Praeger Publisher – Greenwood Publishing Group.

Guerreiro, M. & Pereira, I. (2006). *Responsabilidade social das empresas, igualdade e conciliação trabalho-família: experiências do prémio igualdade é qualidade*. Lisboa: Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego.

Hagedoorn, J. (1996). «Innovation and entrepreneurship: Schumpeter revisited». In *Industrial and Corporate Change*. 5: 883 – 896.



***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

Harris, M., & Gibson, S. (2008). Examining the Entrepreneurial Attitudes of US Business Students. *Education and Training*, 50(7), 568-581.

Hartman, A. (2006). Avaliação da cultura intra- empreendedora: desenvolvimento e teste de uma metodologia. Disponível em <http://www.pg.utfpr.edu.br/dirppg/ppgep/dissertacoes/arquivos/22/Dissertacao.pdf>

Heilman, M. (1983). Sex bias in work settings: The lack of fit model. *Research in Organizational Behavior*, 5, 269–298.

Hisrich, R. (2007). *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman.

Hisrich, R., & Peters, M. (2004). *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman

Hult, T., Snow, C. & Kandemir, D. (2003). The Role of Entrepreneurship in Building Cultural Competitiveness in Different Organizational Types. *Journal of Management*, 26(3), 401-426.

IFDEP (2014). *Empreendedorismo Feminino, um olhar sobre Portugal*. Coimbra: Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal.

Júnior, J.; Araújo, P.; Wolf, S. & Ribeiro, T. (2006). «Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática». *In Revista de Ciências da Administração*. 15.

Kolvereid, L. (1997). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurs- hip Theory and Practice*, 21(1), 47-57.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management - The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Kyrö, P. (1996). The Points of Transition in Reforming the Understanding and Meaning of Entrepreneurship. *Academy of Entrepreneurship. European Edition*, 2(1), 70-93.

Landstrom, H. (1999). The Roots of Entrepreneurship Research. *Journal of Entrepreneurship*, 2(2), 9-12.



**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

- Leiria, A.; Palma, P. & Cunha, M. (2006). «O Contrato psicológico em organizações empreendedoras: perspectivas do empreendedor e da equipa». In *Comportamento Organizacional e Gestão*. 1: 67 – 95.
- Machado, H. (2003). O processo de criação de empresas por mulheres. *RAE electronica*, 2(2), 2-22.
- Marlow, S., & Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), 717–735.
- Martins, S. (2006). *Indicadores para medir o empreendedorismo em regiões Europeias* (Tese de Mestrado). Disponível em <http://ria.ua.pt/handle/10773/1516>
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2-3), 223-238.
- Morgan, D. (1997). *Focus Group as Qualitative Research*. London: SAGE Publications.
- Moura, D. (2012). *Empreendedorismo e crescimento económico: evidências para Portugal*. Tese de Doutoramento em Gestão Empresarial Aplicada. Lisboa: ISCTE. Business School. Instituto Universitário de Lisboa.
- Muniz, C. (2008). *Atitude empreendedora e suas dimensões: um estudo em micro e pequenas empresas, Pós - Graduação em Administração*. Universidade de Brasília.
- OECD (1998). *Fostering Entrepreneurship. Local Economic and Employment Development (LEED). Programme, Centre of Entrepreneurship, SMEs and Local Development*. Paris: OECD.
- Pereira, A. (2001). *Ambiente, empresa, gestão e eficiência. Controladoria: uma abordagem da gestão económica*. São Paulo: Atlas.
- Pereira, I. (2012). Empreendedorismo e Política: Uma Sociedade Inseparável. Disponível em: [http://www.aedb.br/seget/artigos05/252\\_Empreendedorismo\\_e\\_politica.pdf](http://www.aedb.br/seget/artigos05/252_Empreendedorismo_e_politica.pdf)



**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

Pereira, L. (2007). Processo empreendedor de spin-offs universitárias. Principais factores determinantes (Tese de Mestrado). Disponível em <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/MFSA-73NP2P>

Portela, J. et al. (Coord.) (2008). *Microempreendedorismo em Portugal. Experiências e perspectivas*. Lisboa: INSCOOP.

Roma, V. (2006). *O Empreendedor brasileiro- um estudo exploratório sobre personalidade, inteligência emocional e desempenho* (Tese de Mestrado). Disponível em [http://tupi.fisica.ufmg.br/michel/docs/Artigos\\_e\\_textos/Empreendedorismo/014%20-%20O%20empreendedor%20brasileiro.pdf](http://tupi.fisica.ufmg.br/michel/docs/Artigos_e_textos/Empreendedorismo/014%20-%20O%20empreendedor%20brasileiro.pdf)

Rosa, B. (1994). The Impact of Gender on Small Business Management: Preliminary Findings of a British Study. *International Small Business Journal* 12(3), 25-32.

Santos, S. et al. (2010). «How to assess entrepreneurial potential». In *International Council for Small Business – 55th Anniversary. Entrepreneurship: Bridging Global Boundaries*. 24 – 27 de Junho. Cincinnati, Ohio, USA.

Sarkar, S. (2007). *Empreendedorismo e inovação*. Lisboa: Escolar Editora.

Schumpeter, J. (1934,1961). «The Fundamental Phenomenon of Economic Development» (57 – 94). In J. Schumpeter. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New York: Oxford University Press.

Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Row.

Schumpeter, J. (1947). «The Creative Response in Economic History». In *The Journal of Economic History*. 7: 149 – 159.

Scott, J. (1994). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação e Realidade*, 20(2), 71-99.

Shragg, P., Yacuk, L., & Glass, A. (1992) . Study of Barriers Facing Albertan Women in Business. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 9(4), 40-49.



***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

Silveira, R. (2012). Diversidade de Género-Mulheres. Disponível em:

[http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/edh/redh/03/03\\_rosa1\\_diversidade\\_genero.pdf](http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/edh/redh/03/03_rosa1_diversidade_genero.pdf)

Sousa, D. & Serralvo, F. (2008). «Um novo modelo de administração: o empreendedorismo corporativo». *In Revista Científica da Faculdade das Américas*. 1.

Sousa, E. (2006). *Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade – Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas.

Sousa, T., & Serralvo, F. (2008). Um novo modelo de administração: o empreendedor corporativo. Disponível em

<http://www.facsenac.edu.br/portal/images/documentos/revistanovagestao/3artigo-1ed.pdf>

Stevenson, L., & Lundstrom, A. (2007). Dressing the Emperor - The Fabric of Entrepreneurship Policy. In D. Audretsch, & I. Grilo (Edits.), *Handbook of Research on Entrepreneurship Polic*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Timmons, J. (1994). *New Venture Creation – entrepreneurship for the 21th century*. London: IRWIN.

Timmons, J. (1994). *New venture creation, entrepreneurship for the 21<sup>st</sup> century*. Boston. Irwin: McGraw-Hill.

Van Praag, C. (1999). Some Classic Views on Entrepreneurship. *De Economist*, 147(3), 311-335.

Van Praag, M. (1999). «Some Classics Views on Entrepreneurship». *In The Economist*. 147 (3): 311 – 335.

Willerding, I. (2011). Empreendedorismo em organização pública intensiva em conhecimento: um estudo de caso. Disponível em

<http://btd.egc.ufsc.br/wpcontent/uploads/2011/05/Inara-Antunes-Vieira-Willerding.pdf>



*Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto*

# ANEXOS

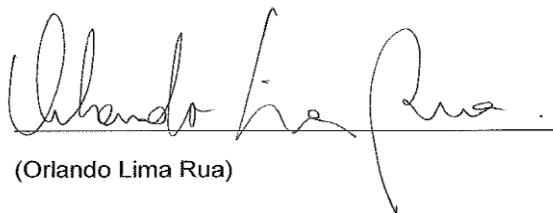
***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

**I – Declaração de aceitação de orientação de Dissertação**

DECLARAÇÃO

Eu, Orlando Lima Rua, Professor da APNOR, IPP, declaro aceitar a orientação da dissertação de Mestrado subordinada ao tema “*Startups* e incubação resiliente no feminino: o empreendedorismo feminino: da admissão à internacionalização na incubação do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto” da aluna do Mestrado em Gestão de Empresas da APNOR, Joana Neves Pereira. Mais declaro aprovar o projeto que esta aluna apresenta juntamente com esta declaração.

O declarante,



(Orlando Lima Rua)

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**II – Pedido de orientação para elaboração do questionário**

---

**Preparação de questionário limesurvey - Aluna Mestrado de  
Gestão das Organizações - APNOR**

14 mensagens

---

joana pereira <pereira.n.joana@gmail.com>  
Para: lgogalaxy@gmail.com, lgo@eu.ipp.pt

21 de setembro de 2015 às 16:34

Boa tarde Dr.<sup>a</sup> Luciana Oliveira,

Venho por este meio solicitar uma reunião por indicação do Dr. Orlando Rua, meu orientador de tese no mestrado da APNOR, Organização de Empresas - Gestão de Empresas para ajuda na preparação do questionário no limesurvey.

Grata pela sua atenção.

Com os melhores cumprimentos

--

Joana Pereira

---

Luciana Oliveira <lgo@eu.ipp.pt>  
Para: joana pereira <pereira.n.joana@gmail.com>  
Cc: Manuel Silva <mdasilva@iscap.ipp.pt>

21 de setembro de 2015 às 18:46

Boa tarde! Joana,

Podemos marcar para a próxima quarta-feira, às 10:00?

Cumprimentos,  
Luciana Oliveira  
[Citação ocultada]

--

**Luciana Oliveira**

*Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto*

### III – QUESTIONÁRIO

#### 1. Identificação do sexo

1.1. Feminino	
1.2. Masculino	

Se assinalou 1.2. Sexo Masculino, o preenchimento do questionário termina com a resposta a esta questão. Obrigada pela sua colaboração.

#### 2. Identificação do Instituto que frequenta

1.3. ISEP	
1.4. ISCAP	
1.5. ESE	
1.6. ESMAE	
1.7. ESEIG	
1.8. ESTSGF	
1.9. ESTSP	

#### 3. Área de estudo do curso

1.10. Ciências de Engenharia	
1.11. Ciências Empresariais	
1.12. Ciências da Saúde	
1.13. Ciências da Educação	
1.14. Ciências Sociais	
1.15. Artes e Espetáculo	
1.16. Outra	

#### 4. Identificação do estado civil

1.17. Solteiro(a)
1.18. Casado(a)/União de facto
1.19. Divorciado(a)
1.20. Viúvo(a)
1.21. Outra situação

#### 5. Idade

5.1. 18 – 25
5.2. 26 - 40
5.3. 41 - 65
5.4. + 65

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**6. Nível de escolaridade concluído**

6.1.	1.º Ciclo	
6.2.	2.º Ciclo	
6.3.	3.º Ciclo	
6.4.	Secundário	
6.5.	Licenciatura	
6.6.	Mestrado	
6.7.	Doutoramento	

**7. Qual considera ser a condição perante o trabalho mais segura?**

7.1.	Trabalhadora p/ conta própria	
7.2.	Trabalhadora p/ conta própria s/empregados + trabalhador p/ conta de outrem	
7.3.	Trabalhadora p/ conta própria com empregados	
7.4.	Trabalhadora p/ conta de outrem	
7.5.	Desempregado	

**8. Qual pensa ser a principal fonte de financiamento para a criação e início do desenvolvimento das empresas?**

8.1.	Poupança de rendimento do trabalho	
8.2.	Financiamento para o autoemprego (IEFP)	
8.3.	Empréstimo bancário	
8.4.	Leasing	
8.5.	Financiamento de fundos comunitários	
8.6.	Outros. Quais?	

**9. Qual(ais) das seguintes soluções de financiamento que conhece?**

9.1.	Business Angels	
9.2.	Capital de risco	
9.3.	Apoios estatais	
9.4.	Microcrédito	
9.5.	Crédito bancário	
9.6.	Linhas de financiamento PME	
9.7.	Nenhuma das anteriores	

**10. Qual pensa ser a ligação necessária ao ramo de atividade de uma empresa para sustentar a sua criação?**

10.1.	Muito próxima	
10.2.	Próxima	

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

10.3. Distante	
----------------	--

**11. Classifique por ordem de importância as ações que resultam em empreendimentos.** (De 1 a 4, por ordem decrescente de importância)

11.1. Conhecimentos	
11.2. Capacidades	
11.3. Necessidades	
11.4. Valores	

**12. Classifique por ordem de importância as competências técnicas do empreendedor.** (De 1 a 4, por ordem decrescente de importância)

12.1. Técnicas de produção	
12.2. Técnicas capitalistas de reunião de recursos financeiros	
12.3. Técnicas de organização de operações internas	
12.4. Técnicas de realização de vendas do produto	

**13. Classifica por ordem de importância os predicados essenciais ao potencial empreendedor.** (De 1 a 4, por ordem decrescente de importância)

13.1. Capacidades psicológicas	
13.2. Aptidões sociais	
13.3. Competências de gestão	
13.4. Motivação empresarial	

**14. Classifique o grau de importância de cada uma das dimensões individuais distintivas dos empreendedores.** (Muito Importante; Importante; Pouco Importante; Nada Importante)

Dimensões	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Nada Importante
14.1. Competências psicológicas				
14.2. Competências sociais				
14.3. Competências de gestão				
14.4. Motivações empresariais				

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**15. Classifique o grau de importância de cada uma das características individuais distintivas dos empreendedores.** (Muito Importante; Importante; Pouco Importante; Nada Importante)

Caraterísticas	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Nada Importante
<b>Competências psicológicas</b>				
15.1. Capacidade de inovação				
15.2. Inteligência emocional				
15.3. Resiliência				
<b>Competências sociais</b>				
15.4. Capacidade de persuasão e comunicação				
15.5. Capacidade de desenvolvimento em rede				
<b>Competências de gestão</b>				
15.6. Autoeficácia empreendedora				
15.7. Visão				
15.8. Capacidade de mobilização de recursos				
15.9. Capacidade de liderança				
<b>Motivações empresariais</b>				
15.10. Desejo de ser independente				
15.11. Motivação económica				

**16. Quais considera serem as principais características do perfil empreendedor?** (selecione até três opções)

16.1. Procura e identificação de oportunidades	
16.2. Orientação para objetivos	
16.3. Resolução de problemas (criatividade e inovação)	
16.4. Assertividade	
16.5. Uso de estratégias de influência	
16.6. Autoconfiança	
16.7. Iniciativa	
16.8. Espírito empreendedor	
16.9. Assunção de riscos calculados	

**17. O que melhor define uma atitude empreendedora?** (selecione até três opções)

17.1. Iniciativa	
17.2. Gestão de tempo	
17.3. Gestão do próprio futuro	

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

17.4. Desafio aliciante	
17.5. Criatividade	
17.6. Independência/autonomia	
17.7. Estabelecimento de metas	
17.8. Procura de oportunidades	
17.9. Tomada de decisões	
17.10. Risco	

**18. Qual/quais os motivos que entende que motivam a criação de uma empresa?**

18.1. Aproveitar uma boa oportunidade de negócio	
18.2. Gosto pelo risco	
18.3. Demonstrar a sua capacidade	
18.4. Aproveitamento de incentivos comunitários	
18.5. Aumento do rendimento	
18.6. Prestígio pessoal	
18.7. Outros. Quais?	

**19. Identifique qual/quais dos seguintes motivos perspetiva como importantes para a escolha da área de negócio de uma empresa.**

19.1. Experiência profissional/conhecimentos anteriores	
19.2. Atividade em expansão.	
19.3. Atividades para a qual existiam incentivos financeiros	
19.4. Ramo de atividade sem concorrência no espaço da sua localização	
19.5. Formação académica na área	
19.6. Outros. Quais?	

**20. Classifique o grau de importância de cada um dos comportamentos e/ou traços empreendedores.** (Muito Importante; Importante; Pouco Importante; Nada Importante)

	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Nada Importante
20.1. Motivação				
20.2. Correr riscos				
20.3. Aproveitamento de oportunidades				
20.4. Flexibilidade				
20.5. Desejo de autonomia				
20.6. Desejo de realização				
20.7. Conciliação de trabalho e família				

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**21. Classifique o grau de importância de cada uma das motivações para empreender.** (Muito Importante; Importante; Pouco Importante; Nada Importante)

	Muito Importante	Importante	Pouco Importante	Nada Importante
21.1. Fatores económicos				
21.2. Perceção de oportunidades de mercado				
21.3. Independência				
21.4. Autorrealização				
21.5. Insatisfação com o emprego				

**22. Classifique o grau de relevância das características das mulheres potenciadoras do empreendedorismo identificadas no quadro seguinte.** (Muito Relevante – MR; Relevante – R; Pouco Relevante – PR; Nada Relevante – NR)

	MR	R	PR	NR
22.1. Intuição				
22.2. Sensibilidade				
22.3. Compreensão				
22.4. Espírito de grupo				
22.5. Estilo cooperativo				
22.6. Disposição de dividir decisões				
22.7. Estimula a participação				
22.8. Compartilha poder				
22.9. Compartilha informação				
22.10. Capacidade de administrar a diversidade				
22.11. Habilidades de relacionamento mais desenvolvidas				
22.12. Flexibilidade quanto ao horário				
22.13. Estimula, valoriza e encoraja os outros				
22.14. Necessidade de conciliar situações de conflito				
22.15. Maior competência comunicativa				
22.16. Dá importância ao relacionamento interpessoal				
22.17. Uso de motivação e persuasão em vez de ordem e controle				
22.18. Maior habilidade de improvisação				
22.19. Concentram-se no <i>empowerment</i>				
22.20. Entendem e desenvolvem relacionamentos com mais facilidade				
22.21. Dinâmicas				
22.22. Mais criativas				
22.23. Ousadas				
22.24. Inovadoras				
22.25. Emoção				
22.26. Colaboração				
22.27. Capacidade de persuasão				

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

22.28. Simplicidade				
22.29. Desejo de realização				
22.30. Senso de responsabilidade				
22.31. Senso de julgamento				

**23. Compare os seguintes atributos, entre Homens e Mulheres, assinalando entre que grupo é cada um deles é maior (>) ou menor (<).**

	Homens	Mulheres
23.1. Lógica		
23.2. Racionalidade		
23.3. Agressividade		
23.4. Competitividade		
23.5. Independência		
23.6. Intuição		
23.7. Emocional		
23.8. Docilidade		
23.9. Cooperação		
23.10. Educador(a)		

**24. Identifique o enfoque que considera mais importante para a criação de uma empresa?**

24.1. Enfoque económico	
24.2. Enfoque psicológico	
24.3. Enfoque sociológico	

**25. Qual dos seguintes aspetos é mais importante para si ao iniciar o seu próprio negócio?**

25.1. Independência de um empregador	
25.2. Auto-realização	
25.3. Melhores perspectivas de rendimento	
25.4. Conciliação família, lazer e carreira	
25.5. Alternativa ao desemprego	
25.6. Nenhum dos anteriores	

**26. Vê o empreendedorismo como primeira opção no momento de integrar o mercado de trabalho?**

26.1. Sim	
26.2. Não	

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

**27. Possui alguma ideia de negócio?**

27.1. Sim	
27.2. Não	

**28. No caso de possuir uma ideia de negócio, esta resultou de?**

28.1. Identificação de oportunidade de negócio	
28.2. Atividade desenvolvida família/amigos	
28.3. Necessidade de criação do próprio emprego	
28.4. Gosto pessoal	
28.5. Atividade profissional desenvolvida	
28.6. Conhecimento adquirido no percurso académico	
28.7. Questões económico-financeiras	

**29. Indique os motivos para não empreender?** (selecione até três opções)

29.1. Falta de apoio técnico	
29.2. Área profissional incompatível	
29.3. Preferência em trabalhar por conta de outrem	
29.4. Burocracia	
29.5. Não ter perfil/Não ver como prioridade	
29.6. Falta de conhecimentos/experiência	
29.7. Questões económico-financeiras	
29.8. Medo de falhar	
29.9. Não possuir ideia de negócio	

**30. Quais os motivos a levariam a querer criar o seu próprio negócio»** (selecione até três opções)

30.1. Gestão de tempo	
30.2. Perspetivas de rendimento	
30.3. Aplicação/valorização de competências pessoais	
30.4. Autonomia	
30.5. Criação de valor para a sociedade	
30.6. Perceção de oportunidade de negócio	
30.7. Outros casos de sucesso	
30.8. Falta de oportunidades atrativas de mercado	
30.9. Influência família/amigos	
30.10. Realização pessoal	

**31. Sente-se preparada para iniciar um negócio próprio?**

**Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto**

31.1. Sim	
31.2. Não	

**32. Quais os principais constrangimentos que identifica na criação de um negócio?** (selecione até três opções)

32.1. Dificuldades financiamento	
32.2. Situação económica adversa	
32.3. Falta de experiência	
32.4. Carga fiscal associada	
32.5. Morosidade excessiva/burocracia	
32.6. Receio de insucesso	
32.7. Falta de formação adequada	
32.8. Aversão ao risco	
32.9. Informação difusa/dispersa	

**33. Como considera o processo de constituição de uma empresa?** (selecione até três opções)

33.1. Desconheço	
33.2. Moroso	
33.3. Acessível	
33.4. Burocrático	
33.5. Simples	
33.6. Complexo	
33.7. Rápido	

**34. Onde teve contacto com o conceito de empreendedorismo pela primeira vez?**

34.1. Estabelecimento de ensino	
34.2. Meios de comunicação	
34.3. Família	
34.4. Amigos	
34.5. Local de trabalho	

**35. Teve contacto com iniciativas associadas ao empreendedorismo no estabelecimento de ensino?**

35.1. Sim	
35.2. Não	

***Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto***

**36. Identifique as iniciativas através das quais teve contacto com o empreendedorismo?**

36.1. Conferências	
36.2. Workshops	
36.3. Unidades Curriculares	
36.4. Seminários	
36.5. Concursos	
36.6. Tertúlias	

*Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto*

**IV – Pedido para divulgação do questionários aos alunos do IPP**

**Divulgação do questionário para a Tese Potencial Empreendedor  
no Feminino no IPP**

9 mensagens

---

joana pereira <pereira.n.joana@gmail.com>

1 de outubro de 2015 às 09:53

Para: ruicoutinho@me.com

Bom dia Dr. Rui Coutinho,

Venho por este meio solicitar a sua ajuda para divulgação do meu questionário para recolha de dados para a minha tese Potencial Empreendedor no Feminino - IPP. O seu contacto foi-me fornecido pela Dr.<sup>a</sup> Luciana Oliveira que viu uma possibilidade de o Professor me ajudar. Sou aluna do mestrado Gestão das Organizações - Gestão de Empresas, organizado pela APNOR em parceria com o ISCAP, o meu orientador de dissertação é o Dr. Orlando Rua. Agradecia a sua atenção e aguardo um feedback da sua parte.

Muito obrigada.

Com os melhores cumprimentos

<http://paol.iscap.ipp.pt/iscapsurvey/index.php?sid=94911&lang=PT>

--

Joana Pereira

---

Ana Lima <ana.lima@sc.ipp.pt>

2 de outubro de 2015 às 00:09

Para: "pereira.n.joana@gmail.com" <pereira.n.joana@gmail.com>

Cara Joana,

Para que possamos responder da melhor forma ao seu pedido, agradecemos que esclarecesse a que público se destina o inquérito (alunos, docentes, funcionários ou todos) e que preparasse um pequeno texto explicativo a enviar no email de divulgação.

Cumprimentos,  
Ana Maria Lima

*Empreendedorismo feminino no Ensino Superior:  
Análise do Instituto Politécnico do Porto*

joana pereira <pereira.n.joana@gmail.com>  
Para: Ana Lima <ana.lima@sc.ipp.pt>

2 de outubro de 2015 às 09:51

Bom dia,

Desde já agradeço a sua disponibilidade para a divulgação do meu questionário.  
Este direciona-se apenas a alunos do IPP.  
O texto de apresentação:

"Caro Aluno,

Sou aluna do Mestrado Gestão das Organizações-Gestão de Empresas, organizado pela APNOR com parceria do ISCAP, encontro-me a realizar a dissertação para conclusão deste com o objetivo de estudo- Potencial Empreendedor no Feminino no IPP.  
Agradeço a vossa colaboração com o preenchimento de este questionário."

<http://paol.iscap.ipp.pt/iscapsurvey/index.php?sid=94911&lang=PT>

Muito obrigada mais uma vez pela sua disponibilidade.  
Com os melhores cumprimentos

[Citação ocultada]

--

Joana Pereira