Empreendedorismo Feminino: Características do Envolvimento Feminino no Processo Empreendedor - Evidências do Brasil e Portugal

Daiane da Silva Rosa

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização

Versão Final (Esta versão contém as críticas e sugestões dos elementos do júri)

Porto – 2018

INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO

Empreendedorismo Feminino: Características do Envolvimento Feminino no Processo Empreendedor - Evidências do Brasil e Portugal

Daiane da Silva Rosa

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização

apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização, sob orientação de José de Freitas Santos e coorientação de Ricardo Jorge da Silva

Porto – 2018

INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO

Nota Biográfica

Daiane da Silva Rosa, nascida em 23 de março de 1986 na cidade de General Câmara localizada na região sul do Brasil.

No ano de 2010 conclui o curso de Administração/ Gestão na Universidade Luterana do Brasil, em 2014 finalizou sua especialização em Gestão Ambiental e Economia Sustentável pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul -PUCRS, e em 2016 imigrou para Portugal para iniciar seus estudos no mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização. No ano de 2018, projetou o Fórum do Empreendedorismo Feminino no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, com sua primeira edição em maio do mesmo ano, e integrou como colaboradora no Centro de Estudos Organizacionais e Sociais do Politécnico do Porto.

Em sua carreira profissional somam-se 13 anos de experiência, passando pela área retalhista ao qual atuou aproximadamente 4 anos na área de compras de uma rede de lojas no Sul do Brasil. Somam-se ainda, 5 anos na área de tecnologia na multinacional Dell Computadores e 2 anos na área de inovação, no qual integrou o Núcleo de Apoio à Gestão de Inovação do Rio Grande do Sul, projeto do governo brasileiro em parceira com a Universidade Vale do Sinos e a Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul e posteriormente como gestora de projetos de inovação em indústria de alimentos, com exportação para mais de 70 países.

Desde 2016 trabalha e investiga em Portugal em diversos projetos incluindo as áreas de tecnologia e empreendedorismo. Atualmente é diretora de operações da Glow Woman Club, uma rede internacional voltada para o empreendedorismo e liderança no feminino localizada em Portugal, que tem como foco networking, training, mentoring e coaching.

Dedicatória

Dedico primeiramente à minha família por me incentivar durante esses dois anos em que estou longe de casa em busca de mais conhecimento, em especial aos meus irmãos por acreditarem no meu potencial, ao meu pai pela dedicação e cuidado com meus irmãos em minha ausência e pelas palavras que me mantiveram calma mesmo que ditas de longe e em especial à memória da minha mãe Vera, pela empreendedora que foi durante a sua vida, a sua forma de ver o mundo, sua coragem, simplicidade e força, sempre será a minha inspiração por toda a vida.

Também aproveito para fazer uma dedicação especial aos meus amigos que em meio a tantas dificuldades souberam me dar uma palavra de incentivo e tornaram tudo mais leve o que me ajudou a manter o foco em busca do meu objetivo.

E por último dedico a todas as mulheres empreendedoras que participaram deste estudo e para todas as mulheres que sonham um dia empreender. Mesmo que pareça difícil continuem a seguir firme nos seus objetivos, pois nós mulheres temos força, coragem e criatividade para vencermos todos os obstáculos que aparecerem durante a jornada empreendedora.

Agradecimentos

Todo o projeto tem um mentor, um orientador e apoio de pessoas que fazem com que o mesmo se concretize.

Em primeiro lugar gostaria de agradecer ao meu coorientador professor Ricardo Jorge da Silva do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, pelas incansáveis vezes que sentamos para revisar, alterar, pela coorientação, prontidão e paciência, ao Dr. José de Freitas Santos pela orientação acerca do tema e informações acerca da metodologia utilizada, agradeço a Dra. Clara Ribeiro, pelo incentivo durante a minha jornada neste curso e apoio para realização de atividades extracurriculares e faço um agradecimento especial à Dra. Letícia Hoppe da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC), pela ajuda na construção e envio do inquérito às empreendedoras ligadas à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, o que foi fundamental para realização deste estudo.

Também gostaria de agradecer a rede que permitiu a realização deste trabalho, Sociedade Portuguesa de Inovação (Porto-Portugal) e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (Curitiba-Brasil), na disponibilidade dos dados primordiais para esse estudo e agradeço às Incubadoras e Paques tecnológicos no envio do inquérito às suas empresas, em especial: PUC-RIO (Rio de Janeiro-Brasil), PUC-RS (Porto Alegre-Brasil), StartupBraga (Braga-Portugal), StartupLisboa (Lisboa-Portugal), UPTEC (Porto– Portugal), UNITEC (São Leopoldo-Brasil), Feevale TECHPARK (Novo Hamburgo-Brasil).

Resumo

A presença da mulher no empreendedorismo está em constante evolução, e com isso a inserção da mulher no processo empreendedor. O presente estudo analisa o envolvimento feminino nas fases do processo empreendedor, e procura evidenciar o perfil, intenção e atitude empreendedora da mulher no Brasil e em Portugal, com um olhar nas *startups.*

Como metodologia foi utilizado o método quantitativo, utilizando base de dados primária através de inquérito *online* e secundária através do GEM, após foi realizado a análise dos dados e verificação das hipóteses levantadas, que permitiu evidenciar que a empreendedora no Brasil está na faixa etária entre os 25 e 34 anos, é motivada pela necessidade e tem maior representatividade do que os homens nos negócios iniciais (TEA). Já nos negócios estabelecidos os homens são mais presentes, pois as mulheres enfrentam barreiras que impactam para que seus empreendimentos cheguem à fase de amadurecimento. Em Portugal, a empreendedora está na faixa etária entre os 35 e 44 anos, é motivada pela oportunidade, entretanto, as mulheres empreendem menos que os homens tanto nos negócios iniciais quanto nos negócios estabelecidos, entretanto houve um aumento na paridade de género no túnel do empreendedor que demonstra que as mulheres estão a buscar o seu espaço no empreendedorismo.

O estudo permitiu evidenciar em ambos os países, que o perfil empreendedor, a intenção aliados ao conhecimento, nível de escolaridade, habilidades e as experiência no ambiente empresarial, maximizam a atitude empreendedora feminina auxiliando a ultrapassarem as barreiras e colaborando para uma maior ação empreendedora, pois contudo terão mais facilidade de encontrar seus parceiros chave, recursos financeiros apropriados ao modelo de negócios e estarão mais prepraradas, com isso estarão mais abertas a negócios mais arriscados ,como *startups*.

Palavras-chave: Processo empreendedor, empreendedorismo, envolvimento feminino, *startups.*

Abstract

The presence of women in entrepreneurship is constantly evolving, and with it the insertion of women in the entrepreneurial process. The present study analyzes the female involvement in the phases of the entrepreneurial process, and seeks to highlight the profile, intention and entrepreneurial attitude of women in Brazil and Portugal, with a look at the startups.

As a methodology, the quantitative method was used, using a primary database through an online and secondary survey through the GEM, after analyzing the data and verifying the hypotheses raised, which made it possible to show that the entrepreneur in Brazil is in the age group between the 25 and 34 years old, is motivated by necessity and has greater representativeness than men in the initial businesses (TEA). Already in established businesses, men are more present, as women face barriers that impact so that their enterprises reach the stage of maturity. In Portugal, the entrepreneur is in the age group between 35 and 44 years, is motivated by the opportunity, however, women undertake less than men in both the initial and established businesses, however there has been an increase in gender parity in the entrepreneur who demonstrates that women are seeking their place in entrepreneurship.

The study made it possible to show in both countries that the entrepreneurial profile, the intention allied to knowledge, level of education, skills and experience in the business environment, maximize the entrepreneurial attitude of women helping to overcome barriers and collaborating for greater entrepreneurial action, but they will find it easier to find their key partners, financial resources appropriate to the business model, and they will be more prepared, so they will be more open to riskier deals like startups.

.

Keywords: Entrepreneurial process, entrepreneurship, female involvement, startups.

Índice geral

Introdução **1**

Capítulo I – Empreendedorismo Feminino e o Túnel do Empreendedor **4**

1 Conceito de Empreendedorismo e Empreendedor 5

1.1 Empreendedorismo Feminino 6

1.2 Fases do Túnel do Empreendedor 7

1.2.1 Intenção empreendedora 9

1.2.2 TEA: Empreendedores nascentes e Empreendedores novos 11

1.2.3 *Startups* 11

1.2.4 TEE: Empreendedores estabelecidos 15

Capítulo II – Motivações e Barreiras do Empreendedorismo Feminino **17**

2 Motivações e Barreiras do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Portugal 18

Capítulo III – Estudo Empírico **21**

3 Metodologia 22

3.1 Recolha e Análise de dados 23

3.2 Objetivo Geral 24

3.2.1 Objetivos específicos 24

3.3 Hipóteses do Estudo 24

3.4 População e Amostra 25

Capítulo IV – Resultados Obtidos **27**

4. Resultados Obtidos 28

4.1 Principais Resultados das Hipóteses 65

Capítulo V: Conclusão **66**

5 Conclusão 67

5.1 Limitações do Estudo 69

5.2 Linhas para Investigações Futuras 69

Referências bibliográficas **71**

Apêndices **78**

Apêndice I -Países participantes do GEM 2010 e do GEM 2015 79

Apêndice II - Inquérito 81

Índice de Tabelas

Tabela 1: Apresentação dos países e regiões GEM 2010 26
Tabela 2: Apresentação dos países e regiões GEM 2015 26
Tabela 3: Taxas de Empreendedorismo Brasil vs Portugal 34
Tabela 4: Habilidades que considerou importante para a criação da empresa (%) 46
Tabela 5: Habilidades que tiveram de desenvolver para seguir empreendendo (%)..... 47
Tabela 6: Entidade/Pessoa que considera importante para aconselhar na criação da empresa BR vs PT (%) 51
Tabela 7:Análise do conhecimento percecionado das inquiridas sobre startups (%)..... 52
Tabela 8: Experiências que ajudaram a constituir a empresa ou na intenção de empreender- BR (%)..... 55
Tabela 9: Experiências que ajudaram constituir a empresa ou na intenção de empreender – PT (%) 55
Tabela 10: Análise das motivações que levam ou levaram a criação da empresa- Brasil (%) 58
Tabela 11: Análise das motivações que levam ou levaram a criação da empresa- Portugal (%)..... 59
Tabela 12: Análise das motivações que levaram a criação da statup – Brasil (%)..... 59
Tabela 13: Análise das motivações que levaram a criação da startup – Portugal (%) ... 60
Tabela 14: Barreiras que implicam/implicaram na criação da empresa- Brasil (%)..... 61
Tabela 15: Barreiras que implicam/implicaram na criação da empresa – Portugal (%) 62
Tabela 16: Barreiras que as empreendedoras tiveram na criação de suas startups – Brasil (%) 62
Tabela 17: Barreiras que as empreendedoras tiveram na criação das suas startups – Portugal (%)..... 63
Tabela 18: Ações que as inquiridas consideram relevantes para a criação de mais startups – Brasil (%) 64
Tabela 19: Ações que as inquiridas consideram relevantes para a criação de mais startups – Portugal (%) 64
Tabela 20: Apresentação dos principais resultados das hipóteses..... 65

Índice de Figuras

Figura 1:Túnel/Processo Empreendedor segundo as definições adotadas pelo GEM..... 8
Figura 2: Intenção Empreendedora Feminina versus (vs.) TEA Feminina 10
Figura 3: Túnel do Empreendedor Geral - 2010..... 28
Figura 4: Túnel do Empreendedor Geral-2015..... 29
Figura 5: Análise da TEA por género - Geral 2010 30
Figura 6: Análise da TEA por género - Geral 2015 31
Figura 7: Análise da TEE por género - Geral 2010..... 31
Figura 8: Análise da TEE por género Geral 2015 32
Figura 9: Análise da TEA por género Brasil vs Portugal – Anos 2010, 2015, 2016..... 32
Figura 10: Análise da TEE por género Brasil vs Portugal – Anos 2010, 2015, 2016.... 33
Figura 11: Análise da TEA por Oportunidade e Necessidade por género BR vs PT - 2010 35
Figura 12: Análise da TEA por Oportunidade e Necessidade por género BR vs PT - 2015 35
Figura 13: Análise da Faixa etária das Inquiridas Geral BR vs PT..... 36
Figura 14: Análise da Faixa etária das Inquiridas por fase - Brasil..... 37
Figura 15: Faixa etária das inquiridas (%) - Portugal..... 37
Figura 16: Análise da faixa etária das empreendedoras startups - BR vs PT..... 38
Figura 17: Inquiridas por país Brasil vs Portugal 40
Figura 18: Intenção Empreendedora das Inquiridas 40
Figura 19: Perfil- Estado Civil 41
Figura 20: Porte/Tipo de empresa apontado pelas empresárias inquiridas 41
Figura 21: Tipo de Empreendedora que se consideram 42
Figura 22: Área de atuação das empresas..... 42
Figura 23:Número de colaboradores nas empresas 43
Figura 24: Fonte financiadora utilizada na criação da empresa BR vs PT..... 43
Figura 25: Habilidades que a empreendedora julgou importante para a criação da empresa- BR 45
Figura 26: Habilidades que a empreendedora julgou importante para a criação da empresa- PT 45
Figura 27: Habilidades que necessitou desenvolver para seguir empreendendo – BR .. 46

Figura 28: Habilidades que necessitou desenvolver para seguir empreendendo - PT.... 47
Figura 29: Análise do nível de escolaridade do género feminino BR vs PT..... 48
Figura 30: Análise do nível de escolaridade do género feminino - Startups BR vs PT . 49
Figura 31: Entidade/Pessoa que considera importante para aconselhar na criação da empresas -BR..... 50
Figura 32: Entidade/Pessoa que considera importante para aconselhar na criação da empresa -PT..... 51
Figura 33: Conhecimento/Perceção das inquiridas sobre de startups..... 52
Figura 34: Análise das experiências que levaram a criação da empresa Brasil vs Portugal..... 54
Figura 35: Análise das experiências que levaram as empreendedoras startups a empreender Brasil vs Portugal..... 54
Figura 36: Motivações das inquiridas empreendedoras - Brasil..... 56
Figura 37: Motivações das Inquiridas empreendedoras- Portugal 57
Figura 38: Motivações das Empreendedoras startup - Brasil 57
Figura 39: Motivações das Empreendedoras startup- Portugal 58

Lista de abreviaturas

AMSUL- América do Sul

BR- Brasil

BB - Baby Business

EUR- Europa

FEM – Feminino

GEM - Global Entrepreuneurship Monitor

GL -Global

MAS- Masculino

PT- Portugal

SU- Setting Up

TEA – Taxa de Empreendedorismo Inicial

TEE - Taxa de Empreendedorismo Estabelecido

TTE - Taxa de Empreendedorismo Total

VS - Abreviatura da palavra Versus

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um processo que envolve mudanças na estrutura de negócios e da sociedade, pois impulsiona a criação de empregos em todos os setores da economia, além de impulsionar a inovação e a produtividade.

A evolução da mulher na sociedade trouxe várias questões a serem levantadas para a investigação, entre essas, a inserção da mulher no processo empreendedor (Vale, Serafim, & Teodósio, 2011). O processo empreendedor é composto por várias fases que envolve desde a intenção até negócios estabelecidos, denominado por túnel do empreendedor, designado por (Grilo. & Thurik.R., 2008).

A partir da análise do empreendedorismo surge a importância de observar o envolvimento feminino nas diferentes fases do empreendedorismo (Hughes, 2012). A mulher tem cada vez mais relevância no mercado de trabalho e importância no empreendedorismo como comprovado pela pesquisa do *Global Entrepreneuship Monitor* e pela necessidade de preencher a lacuna nos estudos de empreendedorismo focando na mulher empreendedora, que não era objeto de estudo no passado (Welsh, 2014).

O presente estudo tem como objetivo apresentar uma análise descritiva dos indicadores de empreendedorismo quanto aos estágios do processo empreendedor ou túnel do empreendedor, através da taxa de empreendedores iniciais e taxa de empreendedores estabelecidos, avaliando a variável género, e procura responder às hipóteses criadas com base nos dados do GEM de 2010, GEM 2015 e o último *Report* do ano 2016, dos países Brasil e Portugal, analisando o envolvimento feminino em cada uma das fases, e procura evidenciar, através de inquérito *online,* o perfil, intenção e atitude empreendedora aliados às suas motivações e barreiras para empreender do género feminino, com um olhar nas *startups.*

A sua estruturação está apresentada da seguinte forma: a apresentação do referencial teórico, apresentando no capítulo I o conceito de empreendedorismo, e empreendedorismo feminino, as fases do túnel/processo empreendedor e o envolvimento feminino nas fases de intenção, negócios iniciais, estabelecidos e nas *startups.* No capítulo II, e ainda no ponto de vista teórico, será abordado as motivações e barreiras do empreendedorismo feminino com foco no Brasil e em Portugal, No capítulo III é apresentado a metodologia, na qual foi utilizada uma pesquisa descritiva quantitativa e com corte transversal, através de dois tipos de dados uma amostra com base em dados primários através de inquérito e secundários a partir da base de dados do GEM dos anos

2010 e 2015 e do último *Report* de 2016, e posteriormente foram realizadas as análises dos dados, os objetivos: geral e específicos, as hipóteses do estudo, população e amostra. O capítulo IV é dedicado a analisar os resultados obtidos, e por fim o capítulo V apresentam-se a conclusão, as limitações do estudo e considerações para estudos futuros.

CAPÍTULO I – EMPREENDEDORISMO FEMININO E O TÚNEL DO EMPREENDEDOR

1 Conceito de Empreendedorismo e Empreendedor

O empreendedorismo representa uma área de estudo com grande potencial de investigação em diversas disciplinas. Os termos “empreendedor” e “empreendedorismo” tornaram-se, de facto, comuns no vocabulário de diversos investigadores em diversas áreas disciplinares (Herbert & A N, 2006).

A palavra Empreendedorismo, em termos epistemológicos, tem origem francesa nos séculos XVI e XVII, no verbo “*entrependre*” (entre +. prendre), que significa empreender, fazer, tentar e experimentar, ou seja, “estar no mercado entre fornecedor e consumidor”. Richard Cantillon, o primeiro investigador conhecido da área, em 1755, descreve o empreendedor como alguém que cria e gere negócios em cenário de incerteza (Bull & G E, 1993).

Mas recentemente, o economista J. Schumpeter, um dos precursores da teoria do desenvolvimento capitalista, associa o empreendedor à inovação e à criatividade, nomeando-o responsável pela criação de novos produtos ou diferentes processos produtivos no mercado, portanto tornou o elemento central do sistema capitalista (Schumpeter, 1983).

Empreendedorismo é o processo no qual, indivíduos ou empresas seguem novas oportunidades, este implica descoberta, capacidade de avaliação e exploração de novas oportunidades por parte dos envolvidos e resulta na criação de novos produtos, serviços ou processos produtivos (Cuervo & Roig, 2007).

Empreendedorismo pode ser um processo com inputs e outputs. Os inputs relacionam-se com uma oportunidade, um ou mais indivíduos pró-ativos, um contexto organizacional, risco, inovação e recursos. Enquanto os outputs remetem para um novo negócio ou empreendimento, valor, novos produtos ou processos, lucro ou benefícios pessoais e crescimento, os inputs são provavelmente pré-requisitos para o sucesso empresarial, ou seja, sem uma oportunidade, ou ausentes os principais recursos, o processo empresarial é suscetível de falhar e afetar o processo de outputs (Morris, Lewis, & Sexton, 1994).

Sobretudo, o empreendedorismo é uma fonte poderosa, pois impulsiona a criação de empregos em todos os setores da economia, além de impulsionar a inovação e a produtividade. A criação de novos empreendimentos, e o crescimento de

empreendimentos já existentes, são fatores primordiais para uma economia resistente (Hamilton & Klerk, 2016).

1.1 Empreendedorismo Feminino

"O género e o empreendedorismo são duas áreas temáticas que, dentro das ciências humanas, se podem unir numa permanente, e recíproca conjugação, para demonstrar como as relações de género se inserem no contexto empreendedor. Historicamente as formas de se empreender no mercado de trabalho, de viver as experiências ocupacionais, de desafiar o imaginário administrativo e de articular a vida no trabalho são diferentes para homens e mulheres" (Freire, Corrêa, & Ribeiro, 2011).

Embora a "aparente desvantagem" da mulher em relação ao homem no empreendedorismo, a criação de negócios e gestão dos mesmos, são consideradas como um elemento chave em estratégias que permitem às economias beneficiar do potencial produtivo que a mulher leva consigo para o mercado de trabalho (Kelley & P., 2015).

No passado a mulher estava associada aos serviços domésticos ao contrário do homem que podia se afastar das tarefas consideradas femininas e focar na responsabilidade profissional (Strobino & Teixeira, 2017). Segundo (Gass, 2013) essa crença se tornou uma dificuldade para que as mulheres se distanciassem dessa imagem e começassem a agir como empreendedoras e com isso levando que a opção de empreender ficasse muitas vezes em segundo plano.

De acordo com (Gomes, 2005) no século XXI as mulheres empreendedoras possuem perfis diferentes daqueles encontrados anteriormente. Atualmente elas estão a abrir mais empresas do que no passado, possuem planos ambiciosos de crescimento, constituem empresas em segmentos que não só nos tradicionais (Longenecker, Moore, Petty, & Palich, 2011). Independentemente do fato de que haja várias conquistas do público feminino em relação à atividade empreendedora, ainda existem algumas diferenças e dificuldades que se apresentam em relação ao gênero (ALMEIDA; GOMES, 2011), fazendo que elas valorizem formas de atuação voltadas para os relacionamentos e a cooperação, comportamento esse que deriva do aprendizado que possui ao longo da vida (MUNHOZ, 2000).

A evolução da mulher na sociedade trouxe várias questões a serem levantadas para a investigação, entre elas, a inserção da mulher no processo empreendedor (Vale, Serafim, & Teodósio, 2011). De acordo com (Ahl, 2006) ao analisar o empreendedorismo numa perspetiva de género, sabe-se que este não é neutral. E por isto neste presente estudo será analisado o envolvimento feminino no empreendedorismo observando as fases do processo empreendedor.

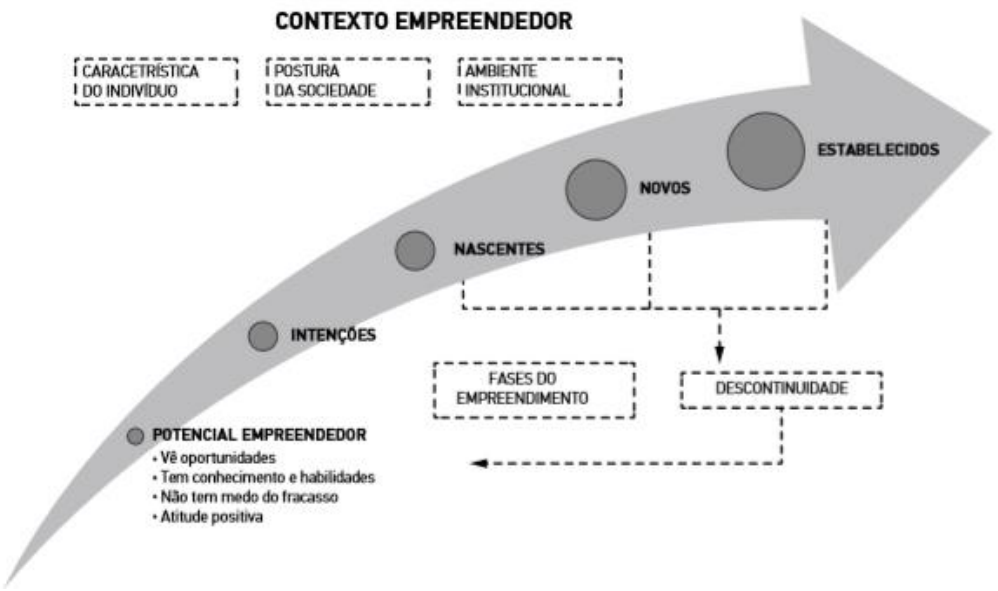
1.2 Fases do Túnel do Empreendedor

O processo empreendedor está atrelado ao contexto empreendedor que possui 3 dimensões da ação empreendedora: o contexto que envolve as questões do dinamismo ambiental, complexidade e clima competitivo predominante no ambiente; as características do indivíduo que estão relacionadas às atitudes, motivações, competências e qualificações, e que será apresentada de forma mais aprofundadas nos capítulos a seguir deste estudo e por fim o empreendimento que são os atributos, processos e resultados organizacionais, nessa dimensão assume relevância o estágio do negócios em termos de ciclo de vida, o nível de restrições ao domínio da tecnologia e a existência de vínculo com outras organizações. (Souza, Trindade, & Freire, 2010).

Grilo & Thurik (2008), que discutem o conceito de envolvimento com a atividade empreendedora, em que designaram de *túnel do empreendedorismo*, composto por várias etapas desde 'nunca pensou em começar um novo negócio' até 'tem um negócio há mais de três anos'. Zwan & I. Verheul (2012) em estudos posteriores confirmaram igualmente que as determinantes individuais do empreendedorismo são distintas, nas várias fases.

De acordo com a análise do empreendedorismo que é realizada pelo GEM, o túnel do empreendedorismo ou processo empreendedor é caracterizado pelas seguintes fases: a intenção do indivíduo de iniciar um negócio, negócios nascentes e novos e negócios estabelecidos.

Figura 1:Túnel/Processo Empreendedor segundo as definições adotadas pelo GEM



Fonte: GEM 2016 Brasil

De acordo com a Figura 1, podemos observar os diferentes tipos de empreendedores e seus estágios: empreendedores intencionais: aqueles que pretendem iniciar um negócio no futuro (nos próximos 3 anos); empreendedores nascentes: aqueles que estão envolvidos na criação e gestão de negócios que proporcionaram remunerações por um período de tempo até 3 meses; novos empreendedores: aqueles que estão executando novos negócios que estão em operação acima de 3 meses até 42 meses – 3,5 anos; empreendedores estabelecidos: que estão executando um negócio maduro em operação há mais de 42 meses – 3,5 anos; empreendedores descontinuados: que por qualquer motivo saíram da administração de uma empresa no ano anterior.

O *Global Entrepreneurship Monitor* analisa as taxas do empreendedorismo da população adulta entre 18 e 64 anos segundo o estágio do empreendimento e a motivação dos empreendedores, as taxas são: Taxa Total de Empreendedores (TTE), Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) composta por empreendedores nascentes e novos e a Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE) (GEM,2016). A seguir serão apresentadas as fases do túnel do empreendedor, intenção, TEA, e TEE e o envolvimento feminino em cada fase e com uma abordagem sobre as *startups.*

1.2.1 Intenção empreendedora

A intenção empreendedora está repleta de motivações e barreiras do indivíduo empreendedor na criação de empresas (Choo & Wong, 2006).

O que torna o empreendedorismo importante é a união entre uma oportunidade valiosa e um indivíduo empreendedor (Barom & Shane, 2007). Para existir uma oportunidade empreendedora, o empreendedor tem de ter a capacidade de reconhecer o valor de uma invenção, conseguir adaptar essa invenção aos possíveis utilizadores, levar essa invenção para o mercado e promovê-la (Baumol, 2004).

O processo empreendedor é usualmente caracterizado por quatro etapas, a primeira é a criação de uma ideia, podendo esta ser um novo produto ou serviço ou também a deteção de uma oportunidade; a segunda etapa é a obtenção de recursos e a abertura de um novo empreendimento; a terceira etapa é a administração e expansão da empresa e a última etapa é a obtenção da recompensa. Estas etapas são influenciadas por fatores individuais, grupais e sociais (Barom & Shane, 2007). As mulheres vêm o ambiente empresarial de uma forma mais desfavorável do que os homens (Langowitz & Minittti).

Segundo o relatório GEM *Women´s Special Report 2017*, ao qual participaram 63 economias, apresentou uma evolução na intenção empreendedora das mulheres que aumentou em 16% de 2014 a 2016. A figura 2 que está a seguir, apresenta a Intenção Empreendedora versus TEA feminina, estão apresentadas de acordo com as diferentes fases do desenvolvimento económico dos países. Segundo o relatório *Global Competitiveness Report*, que considera o PIB *per capita* e a parcela das exportações relativas aos bens primário, classifica os países em três grupos, sendo estes:

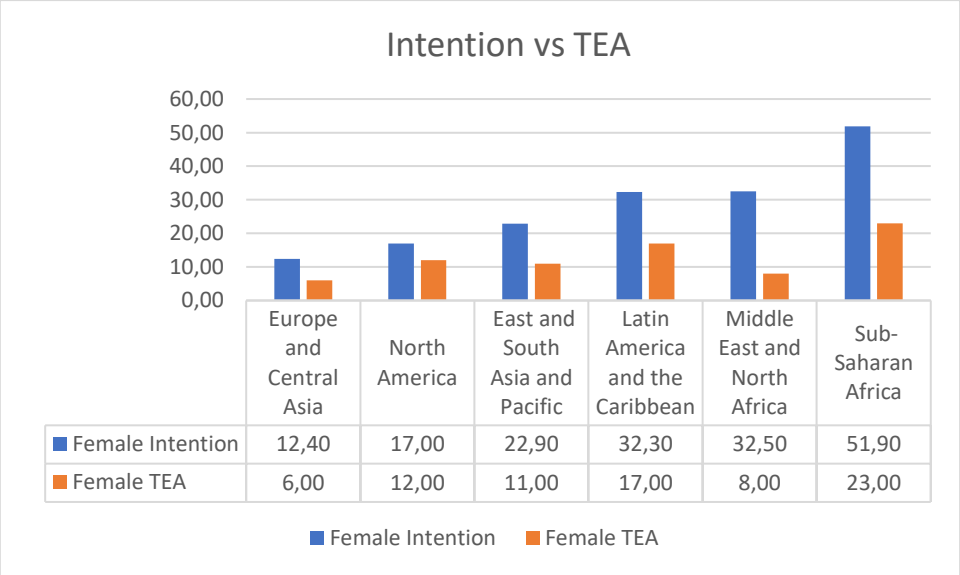
Países impulsionados por fatores, que são os países que dependem dos fatores de trabalho e recursos naturais composto pelos seguintes países: Burkina Faso, Camarões situados na África, Cazaquistão, Índia, Irã situados na Ásia e Oceânia; Rússia situada na Europa.

Países impulsionados pela eficiência que são os países caracterizados pelo avanço da industrialização, com predominância de organizações intensivas de capital, fazem parte do grupo trinta e dois países, sendo estes: África do Sul, Egito Marrocos situados na África; Arábia Saudita, China, Indonésia, Jordânia, Líbano, Malásia, Tailândia, Turquia situados na Ásia e Oceânia; Argentina, **Brasil**, Chile, Colômbia, Equador, Guatemala,

México, Panamá, Peru e Uruguai situados na América Latina e Caribe; Bulgária, Croácia, Eslováquia, Geórgia, Hungria, Letônia, Macedônia, Polônia situados na Europa; Belize, El Salvador, Jamaica situados na América do Norte.

Países impulsionados pela inovação que são caracterizados por empreendimentos que investem no conhecimento e na expansão e modernização dos serviços, integram neste grupo vinte e sete países, sendo estes: Austrália, Catar, Coreia, Emirados Árabes Unidos, Hong Kong, Israel e Taiwan situados na Ásia e Oceânia; Alemanha, Áustria, Chipre, Eslovênia, Espanha, Estónia, França. Finlândia, Grécia, Holanda, Irlanda, Itália, Luxemburgo, **Portugal,** Reino Unido, Suécia, Suíça situados na Europa e Canadá, Estados Unidos e Porto Rico situados na América do Norte.

Figura 2: Intenção Empreendedora Feminina versus (vs.) TEA Feminina



Fonte: GEM Women´s Report 2017, (*Special Report* Global referente à base de dados do GEM 2015)

De acordo com a Figura 2 indicada acima, pode-se observar que quando se trata de intenção empreendedora, observa-se que as mulheres possuem mais intenção do que propriamente colocam em ação as suas ideias de negócios. O motivo dessa diferença pode estar relacionado ao início e ao funcionamento de um negócio, à burocracia, à falta de infraestrutura, tecnologias e conhecimentos necessários para realização da atividade empreendedora. A seguir será apresentado as fases do túnel do empreendedor TEA e TEE, e no próximo capítulo as motivações e barreiras do empreendedorismo feminino.

1.2.2 TEA: Empreendedores nascentes e Empreendedores novos

O GEM aborda dois estágios de atividade empreendedora inicial, o primeiro deles é o das *Setting up* (empresas nascentes, ao qual o empreendedor está a iniciar um negócio com até 3 meses) e o segundo refere-se ao número de negócios novos chamado de *baby business* e que estão em crescimento (empresas que tem mais de 3 meses e menos de 42 meses – 3,5 anos). A combinação destes dois estágios de empreendedorismo permitem calcular a taxa de atividade empreendedora *Early- Stage* chamada de TEA.

Segundo o GEM 2016, dentre as economias analisadas a TEA é mais alta na América Latina Caribe e África onde os países são impulsionados pela Eficiência ao contrário das economias voltadas para inovação onde as taxas de TEA são mais baixas. A região da América Latina também é a que mostra o maior nível de paridade de género e que apresenta a maior taxa de mulheres empreendedoras, em cada 20 empreendedores do género masculino há 17 empreendedores do género feminino com destaque para México e Brasil. Já a Europa relata o menor envolvimento feminino a fase do empreendedorismo inicial com apenas 6,1%. (GEM, 2016).

De acordo com o GEM, as motivações desses empreendedores iniciais podem ser por necessidade (quando decidem empreender com a finalidade de gerar rendimentos por necessidade, dificuldades financeiras entre outros) ou por oportunidade (inovação, realização, identificam um nicho de mercado novo ou ainda não explorado, por exemplo), o empreendedorismo por necessidade está mais vulnerável ao cenário económico.

1.2.3 *Startups*

Segundo Steve Blank, quando falamos em *startup* é importante entender o conceito, pois é facilmente confundido com empresa nascente, mas o facto é que nem toda empresa nascente é uma *startup*. Uma *startup* deve ser escalável e muito inovadora, precisa ainda descobrir o cliente, o problema e a solução que está propondo, ou seja, a sua proposta de valor ao cliente final (Blank & Dorf, 2012).

A inovação permite que as organizações se adaptem às mudanças tecnológicas, económicas, legislativas e sociais, o que pode favorecer a diferenciação da empresa em relação aos seus competidores. Neste cenário de inovação e diferenciação surgem as *startups*, empresas jovens, inovadoras, procuram desenvolver um modelo de negócio escalável e repetível. (Abrastartup, 2014), citado por (Figueira, Horbe Neves, Katiusciade Vargas S, Machado, & Moura, 2017).

Muitas s*tartups* surgem em ambiente académico, chamadas de *spin-offs*, por ser tratar do ambiente de investigação e desenvolvimento que se vive neste tipo de instituição. As instituições têm um papel importante a nível intelectual e de conhecimento para assim conduzirem um processo empreendedor, levando à criação de empresas de cariz inovador e com forte base de conhecimento (DiGregorio & Shane, 2003).

No sentido de contribuir e estimular as empresas jovens, as incubadoras têm como objetivo auxiliar a sobreviver e crescer, neste período que estão mais vulneráveis. Elas facilitam as empresas incubadas acederem à recursos além da sua capacidade financeira, através de redes de investidores *como business angels* e investidores de capital de risco (Bruneel, 2012) e são instrumentos de apoio como: Parques de Ciência e Tecnologia, *Business Innovation Centres*, etc…numa lógica de fomentar o empreendedorismo (Hamdani, 2006). As incubadoras são abordadas por uma parte significativa dos investigadores, como sendo ferramentas do empreendedorismo (Arenoudt, 2004) & (Aerts, Mathyssens, & Vandenbempt, 2007), pois são entidades essenciais no processo empreendedor e identificam a quantidade e diversidade dos serviços promovidos no apoio aos empreendedores.

No Brasil o cenário paras as *startups* ainda é de dificuldade, há muita carga tributária, custos trabalhistas elevados, baixos incentivos aos negócios nascentes, a sua alta mortalidade nos primeiros anos e a dificuldade de acesso à financiamentos, justamente pelo facto de serem negócios com mercado incerto, altamente inovadores, o que acaba por não oferecer garantias aos investidores (Nagamatsu, Barbosa, & Rebecchi, 2013).

Neste contexto, o termo escalabilidade surge como importante para empresas em estágio inicial, pois ela é fundamental para se conseguir investimentos, eficiência produtiva e alcançarem alta rentabilidade e retorno financeiro. Além disso, o crescimento escalável de uma empresa está ligado à análise comportamental de trabalho interno, pois o comportamento interno tem como alvo principal a excelência nas atividades dos responsáveis (Sutton & Huggy, 2014).

Há 3 fatores que podem apresentar impacto na taxa de sobrevivência de empresas: capital humano (conjunto de habilidades individuais, capital social (rede de relacionamento) e práticas gerenciais (ferramentas, técnicas utilizadas para a busca pela eficiência e eficácia na gestão do negócio) (Bertolami, Artes, Gonçalves, Hashimoto, & Lazzarini, 2018).

O estudo revelou que a influência destes 3 fatores na sobrevivência de empresas em seus primeiros anos de atividade tem maior impacto nas mulheres, pois as empreendedoras enfrentam barreiras maiores à constituição de novos negócios, exigindo-se configurações distintas de recursos para diminuir essas barreiras e aumentar a probabilidade de sobrevivência das empresas nascentes (Bertolami, Artes, Gonçalves, Hashimoto, & Lazzarini, 2018). Segundo o relatório *State of European Tech* 2017[1], apenas 6% das *startups* europeias são lideradas por mulheres, apenas 2% das mulheres são responsáveis na área de tecnologia, 9% na área de operações e 14% na parte financeira de uma *startup*. Esta pequena representação das mulheres também é em termos de fundadores onde apenas 5% são do género feminino e 95% do género masculino (Atomico & Slush, 2017).

A experiência adquirida com familiares relacionada ao negócio é importante no aumento das chances de sobrevivência de empresas nascentes *e startups*, pois o acesso a informações pode auxiliar na obtenção de recursos e informações que ajudam na tomada de decisão do negócio (Chen, 2007).

De acordo com a pesquisa realizada pelo *The Boston Consulting Group* e *da Mass Challenge* (rede global de aceleradoras de *startups*) apontam que as mulheres empresárias quando lançam suas ideias em busca de capital inicial de investidores externos, recebem significativamente menos, uma disparidade em média de mais de 1 milhão de dólares. (BCG, 2018).

A análise aponta para 3 explicações para essa disparidade: dúvidas dos investidores relativamente ao conhecimento técnico das mulheres fundadoras, as projeções realizadas pelas mulheres são mais conservadores que as dos homens, e a pouca familiaridade dos investidores homens com os produtos e serviços apresentados pelas fundadoras mulheres, como por exemplo a categoria de cuidados infantis e beleza (BCG, 2018).

Em seu estudo os autores (Dana., Laura., A., & Tory, 2017), apontaram uma lacuna de género no financiamento de capital de risco nos Estados Unidos. As empreendedoras

[1] Amostra teve como base mais de 1000 fundadores e executivos em mais de 500 empresas de tecnologia apoiadas pela Europa.

femininas recebem apenas cerca de 2% de todo o financiamento de risco, apesar de possuírem 38% dos negócios no país. Em uma pesquisa analisada em uma competição anual de financiamento de *startups* em Nova Iorque com 140 investidores de capital de risco entre esses 60% eram homens e 40% mulheres, observaram que os montantes arrecadados das *startups* liderados por homens receberam 5 vezes mais recursos do que as lideradas por mulheres, neste estudo foi observado o tipo de perguntas realizadas para empresários do género masculino e para o género feminino. Foi identificado que para os homens as perguntas estavam relacionadas ao potencial de ganhos e para as mulheres estavam relacionadas ao potencial de perdas, 67% das questões colocadas aos homens eram orientadas a promoção concentrando em conquistas, avanço e ideias enquanto para as mulheres 66% das questões eram orientadas a prevenção, preocupação com segurança, responsabilidade e vigilância (Dana., Laura., A., & Tory, 2017).

Considera-se importante que quando uma empresária seja solicitada a defender a participação de mercado de sua *startup* fosse mais estratégica ao formular a sua resposta com base no tamanho e potencial de crescimento do negócio do que simplesmente declarar como planeia proteger o seu negócio (Dana., Laura., A., & Tory, 2017).

Este resultado vai em encontro com um estudo realizado pelo professor Sahil Raina, publicado pela *Harvard Business Review*, o estudo compara dois grupos de *startups*: as financiadas inicialmente através de capital de risco em que os investidores são homens e as financiadas na mesma modalidade por mulheres (Raina, 2016).

O estudo aponta para a importância da avaliação como fator determinante no apoio financeiro e a compatibilidade de género entre os gerentes das empresas e das empresas de capital de risco. Sahil Raina, em seu estudo, aponta que as investidoras mulheres são mais capazes de avaliar e aconselhar aqueles que procuram investimento para lançar a sua *startup,* independente do seu sexo. Relativamente à taxa de sucesso das *startups*, não há disparidade entre géneros quando o capital de risco é de origem feminina (Raina, 2016).

Sahil Raina ainda acrescenta em seu estudo, que o sucesso das *startups* criadas por mulheres pode não ser suficiente o simples incentivo a se lançarem no negócio, mas poderá ser um fator importante também encorajar mais mulheres a se juntarem a empresas de capital de risco (Raina, 2016).

1.2.4 TEE: Empreendedores estabelecidos

De acordo com relatório *Global Monitor Entrepreneurship*, os empreendedores estabelecidos (TEE), são os que estão envolvidos na gestão de um negócio com mais de 42 meses – 3,5 anos, representa a proporção da população maiores de 18 e menores de 64 anos envolvidos em atividades empreendedoras não iniciais, ou seja, negócios que já pagaram salários, geraram pró labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por período superior a 3,5 anos. (GEM, Empreendedorismo no Brasil, 2010) Este indicador apresenta-se como um indicador complementar à Taxa de Empreendedores Iniciais - TEA, uma vez que proporciona um diagnóstico do percentual de envolvidos com negócios que, em função de seu tempo de existência, supostamente "deram certo".

Há uma discrepância entre negócios iniciais e negócios estabelecidos que está relacionado ao tipo de economia (GEM, 2016). As economias orientadas para a inovação apresentam o mesmo padrão de atividade empreendedora tanto para negócios iniciais quanto negócios estabelecidos. Já economias voltadas para eficiência há uma diferença alargada entre TEA e TEE, a mortalidade das empresas tem um impacto nesse resultado. A taxa global de mortalidade das empresas é de 3 % para economias orientadas para inovação e 5% para economias orientadas para a eficiência (GEM, 2016).

As empresas existentes têm mais vantagens para explorar novas oportunidades, pois tem curva de aprendizagem que favorece capacidade de introduzir novos serviços e produtos, tem reputação junto de clientes e fornecedores.

Contudo em qualquer fase do túnel do empreendedor é importante que haja inovação por parte do empreendedor. De acordo com Schumpeter (1928) a atenção no que diz respeito à inovação que exige do indivíduo um comportamento proativo e criativo, apto a definir os parâmetros do que pretende realizar e os meios a serem utilizados para alcançar o resultado desejado, citado por (Araújo, 2010).

Em estudo realizado por (Bonnstetter, 2012), pode -se observar algumas aptidões que correspondem a 90% dos empreendedores destacando 5 aptidões : persuasão (forma de pensar, acreditar, comportamento , atitudes); liderança ; responsabilidade pessoal (envolvendo a iniciativa, confiança, resiliência; orientação para os objetivos e habilidades interpessoais.

Além das aptidões do empreendedor, é fundamental que haja inovação, seja ela expressa na introdução de novos produtos, novos métodos de produção, na abertura de novos mercados, criação de novas formas de financiamento ou na criação de novas organizações. Essas inovações possibilitarão obter lucros em sua atividade empresarial e com isso despertar o interesse de outras empresas que o imitarão até que a inovação esteja tão difundida que perca seu caráter inicial (Silva R. G., 2009).

O ambiente empresarial impõe competitividade sobre as organizações que podem representar ameaças ou oportunidades e por isso é necessário acompanhar essa evolução ambiental e buscar modificar seus sistemas para responder adequadamente às novas mudanças com novas soluções (Araújo, 2010).

CAPÍTULO II – MOTIVAÇÕES E BARREIRAS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

De acordo com (Silva R. G., 2009) o comportamento empreendedor se manifesta em pessoas com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais. No exercício de ações empreendedoras estão sempre presentes a incerteza e o risco, tanto na vida como na carreira do empreendedor. A maioria das pessoas que optam por se tornar empreendedores são movidos por vários motivos que podem ir desde a perda do emprego e, neste caso o rompimento de sua principal fonte de renda, ou até mesmo o facto de desejar ter seu próprio negócio e com isso, a possibilidade de ganhar mais dinheiro (Silva R. G., 2009).

O presente capítulo tem como objetivo apresentar as motivações e as barreiras que o género feminino enfrenta no empreendedorismo, com foco no contexto brasileiro e português.

2 Motivações e Barreiras do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Portugal

A intenção empreendedora está repleta de motivações e barreiras para a criação de empresas. Existem vários fatores intrínsecos que motivam um empreendedor a criar uma empresa, os mesmos estão relacionados a usar os seus talentos criativos, o desafio pessoal, a independência, autonomia e a própria frustração com um emprego anterior. Existem várias barreiras que um empreendedor necessita de transpor para levar à criação de uma empresa, entre elas estão os riscos maiores do que empreendedor pensava inicialmente, a incerteza do futuro, os indicadores económicos negativos, o medo de falhar, a falta de capital e a falta de competências (Choo & Wong, 2006).

As motivações que levam à decisão de entrada no empreendedorismo por parte do indivíduo pode ser simultaneamente por motivos do tipo *pull* e tipo *push* (Brush, 1992; Buttner & Moore, 1997, citado por (Sarri & Trihopoulou, 2005) explicam os diferentes motivos da vontade de empreender das mulheres, onde os fatores impulsionadores (*push*), referem-se à necessidade de emprego, razões financeiras, recessão, insatisfação na qualidade de empregado, ou à necessidade de conciliar o trabalho com a vida privada. Por outro lado, os fatores de atração *(pull*) estão relacionados com a necessidade de

independência, razões financeiras, desenvolvimento pessoal, autorrealização, status social e poder.

As motivações que despertam a vontade de empreender são compartilhadas por diversos empreendedores, mas quando se analisa as motivações femininas percebe-se que estas estão mais inclinadas a variedade e complexidade, encontrando no empreendedorismo uma forma de exercer poder e decisão em busca de realização tanto profissional quanto pessoal (Frota, Nascimento, & Lucas, 2014).

Através de estudos realizados por (Okafor & Amalu, 2010), apontaram que o que tem mais peso na motivação da empreendera é a influência familiar, seguido dos fatores ambientais, psicológicos e por último, financeiros.

De acordo com (Frota, Nascimento, & Lucas, 2014), a flexibilidade na gestão do tempo, é um fator motivacional para as mulheres, uma vez que realizando a gestão do seu negócio, ela tem a autonomia na escolha dos seus horários facilitando a relação trabalho-família. Esse fator também é citado por (Teixeira & Bonfim, 2016) para os autores as empreendedoras além de realizar a gestão dos seus negócios, seguem a realizar a gestão de suas responsabilidades domésticas.

Segundo (Weilsh, 2014) a mulher empreendedora para sentir-se mais segura busca por um apoio familiar, aponta que também é necessária mais experiência, tanto a nível de experiências profissionais anteriores, quanto com a educação, para que assim possa ter uma melhor gestão do seu negócio. A realização pessoal, a oportunidade de mercado, os problemas com trabalho anterior ou perda de emprego, e razões ligadas à família são os principais fatores para que as mulheres empreendam (Machado, 2003).

Quando referimos as principais barreiras que as mulheres ultrapassam para o arranque do negócio são: recessão económica problemas de concorrência, credibilidade no mercado, problemas de recebimento, problemas de crescimento do negócio e dificuldades em encontrar recursos humanos adequados (Okafor & Amalu, 2010).

Em se tratando de motivações e barreiras do empreendedorismo feminino, observa-se que tanto no Brasil quanto Portugal as motivações e dificuldades são muito similares. De acordo com (Silva, 2007) dentre as principais razões que levam as mulheres brasileiras a empreender estão a autorrealização e a satisfação das necessidades financeiras. A autora também destaca a satisfação pessoal/profissional, onde as mulheres deixam seus

empregos formais na busca de evolução profissional e de um ambiente de trabalho consistente com seus sistemas de valores.

Considerando o cenário brasileiro (Gass, 2013) pontua que as mulheres começam os seus negócios com pouco capital, o que acaba por trazer dificuldades financeiras no início do negócio, caracterizada pelo conservadorismo frente ao risco. Apenas uma pequena percentagem de mulheres é que recorre ao uso de capital externo na forma de *business angels*[2] ou capital de risco (Coleman & Robb, 2010). Esta situação pode limitar a capacidade de desenvolver novos produtos, serviços e contratação de novos funcionários e principalmente a sobrevivência/desenvolvimento da empresa em períodos adversos (Minitti, 2010).

No cenário português a principal influência para a transição da mulher portuguesa para o empreendedorismo é a família e as motivações estão acerca do desejo da realização pessoal e alcançar a independência financeira, preocupam-se em obter flexibilização do horário de trabalho para conciliarem a vida pessoal à vida profissional e as principais barreiras encontradas pelas empreendedoras em Portugal são a conciliação do papel de mãe à vida profissional e também obter financiamento para iniciarem seus negócios (Santos, 2014). A falta de recursos adequados e infraestrutura deficientes estaria relacionada com a baixa capacidade de funcionamento, falta de apoio devidamente coordenado e a falta de conhecimento em gestão empresarial (Martinho, 2012).

[2] De acordo com a Federação Nacional de Associações de Business Angels: Um Business Angel é um investidor individual que investe uma pequena parte da sua fortuna ou poupança em projetos liderados por uma forte equipa de empreendedores.

A investigação é uma tentativa sistemática de atribuição de respostas às questões. As respostas podem adquirir um carácter tanto abstrato e geral como concreto e específico. Neste sentido, o investigador realiza as suas descobertas acerca dos factos, através da interpretação dos dados que no processo de investigação vai recolhendo e tratando (Tuckman, 2000).

Para a ciência o estudo empírico é um tipo de evidência inicial para comprovar alguns métodos científicos, sendo o primeiro passo a observação para depois fazer a pesquisa.

No presente capítulo será apresentado o estudo empírico realizado, apresentando a metodologia (3), a recolha e análise de dados (3.1) os objetivos, geral (3.2) e específicos (3.3), as hipóteses de estudo (3.4), e a população e amostra (3.5).

3 Metodologia

A metodologia deve ajudar a explicar não apenas os produtos da investigação científica, mas principalmente seu próprio processo, pois suas exigências não são de submissão estrita a procedimentos rígidos, mas antes da fecundidade na produção dos resultados (Bruyne, 1991).

A metodologia adotada neste estudo utiliza dados primários e dados secundários, trata-se de uma pesquisa descritiva quantitativa. Descritiva pelo facto de descrever e analisar o envolvimento do género feminino no túnel do empreendedorismo e o seu perfil, intenção e atitude empreendedora. A pesquisa descritiva visa a identificação, registo e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo. Algumas hipóteses podem ser formuladas com base em conhecimentos prévios, procurando confirmá-las ou negá-las, para uma posterior determinação do efeitos resultantes em uma empresa, sistema de produção ou produto (Perovano, 2014). Quantitativa pelo motivo de ser composta por dados numéricos, e de corte transversal, por ser em um determinado período (HAIR et al, 2003) citado por (Silva, Emerson., & Lasso, 2016).

3.1 Recolha e Análise de dados

Este estudo teve a recolha de dados primários e secundários com o objetivo de trazer maior profundidade a análise.

A recolha dos dados primários, foi realizada através de um inquérito *online* elaborado com 33 perguntas através da plataforma *survey.* A pesquisa com *survey* pode ser referida como sendo a obtenção de dados ou informações sobre as características ou as opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, utilizando um questionário como instrumento de pesquisa (Fonseca, 2002).

O inquérito foi enviado para diferentes perfis de mulheres, através de redes sociais Linkedin, Facebook, e para algumas s*tartups* e Parques tecnológicos a nível Brasil e Portugal. As perguntas do inquérito continham perguntas focadas em variáveis sociodemográficas e nas intenções e atitudes da empreendedora. Para isso, foi utilizada a escala de *Likert* de 5 pontos, escolha múltipla e algumas dicotómicas (Hill & Hill, 2005).

Os dados secundários entre eles, bases estatísticas do *Global Entrepreuniship Monitor* anos de 2010 e 2015 e o último *Report* publicado do ano de 2016, realizados pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade e Sociedade Portuguesa de Inovação para Brasil e Portugal, respetivamente. A caracterização da amostra e o envolvimento no empreendedorismo serão analisadas através de tabelas cruzadas e estatísticas descritivas.

Para ordenar os dados recolhidos e analisar as informações de forma criteriosa, será usado o software *SPSS* e análise do inquérito através do ficheiro gerado pelo *Survey, software* utilizado para a elaboração do inquérito, e a importação dos dados para ficheiro em *excel* dando a possibilidades de obter filtros das informações e elaboração gráfica das respostas obtidas.

Além disso, também foram realizados artigos, revistas e livros online e físico, relevantes para o presente estudo, nomeadamente, sobre o empreendedorismo, empreendedorismo feminino, processo empreendedor, motivações e barreiras do empreendedorismo feminino.

3.2 Objetivo Geral

O objetivo principal desta investigação é analisar a variável género nas fases do túnel/processo empreendedor TEA e TEE e identificar as variáveis que condicionam o envolvimento feminino na criação de empresas com o foco nas *startups*, analisando o perfil, intenção e atitude empreendedora. Sendo assim, capaz de auxiliar na construção de novas estratégias de apoio para o avanço do empreendedorismo.

3.2.1 Objetivos específicos

De modo a alcançar esses objetivos com sucesso será analisado objetivos específicos, sendo estes:

a) Analisar o envolvimento feminino em relação ao género nas fases do túnel do empreendedor TEA e TEE, evidenciando Brasil e Portugal tendo em vista o contexto global e regiões que estão inseridos;

b) Identificar se o género feminino empreende por necessidade ou por oportunidade, verificando os países Brasil e Portugal;

c) Identificar o perfil empreendedor, as motivações e barreiras

do empreendedorismo feminino para ambos os países na criação de empresas com foco nas *startups.*

3.3 Hipóteses do Estudo

As características do envolvimento no empreendedorismo serão analisadas com base no perfil, intenção e atitude empreendedora frente ao ambiente, que estão associados aos fatores sociodemográficos (idade, sexo, escolaridade) e fatores de perceção (confiança nas próprias capacidades, habilidades e experiência percecionada) e variáveis ambientais (desenvolvimento económico, instituições, ambiente empresarial, acesso aos recursos financeiros), sendo assim para responder os objetivos do estudo foram testadas as seguintes hipóteses:

Objetivos a) e b)

H1. O envolvimento com o empreendedorismo é superior nos indivíduos do sexo masculino nas fases TEA e TEE.

H2. O género feminino empreende mais por necessidade do que por oportunidade.

Objetivo c)

H3. A probabilidade de intenção e ação empreendedora diminui com o aumento da idade do género feminino.

H4. O perfil empreendedor, aliado às habilidades, níveis mais altos de educação e experiência percecionada ajudam a ultrapassar as barreiras e por isso estão associados a uma maior ação empreendedora feminina.

3.4 População e Amostra

De acordo com (Malhotra, 1996) a população corresponde ao agregado de todos os elementos que compartilham um conjunto comum de características de interesse para o problema sob investigação.

A amostra é probabilística estratificada enquanto dados retirados do GEM, pois houve a necessidade de dividir a população em idade, sexo para análise nas fases do túnel do empreendedor e não probabilística relacionado ao inquérito *online* executado, devido a acessibilidade, uma vez que as empreendedoras alcançadas estavam disponíveis para responder.

O GEM realiza uma complexa análise, explorando as fases do processo empreendedor, bem como o perfil e motivação dos empreendedores e o contexto das economias dos países e classifica os países em três grupos como descritos anteriormente no capítulo I. Entretanto, para o presente estudo foi realizado nova classificação dos países de acordo com o continente que pertencem, através da base de dados do GEM dos anos 2010 e 2015, para que assim fosse possível analisar os resultados do Brasil em relação à América do Sul região ao qual pertence e de Portugal em relação à Europa. Para a verificação de todos os países que participaram do GEM nos referidos anos de análise, vide Apêndice I.

Tabela 1: Apresentação dos países e regiões GEM 2010

Ano 2010		
Países/Regiões	Nº de países	Nº Respondentes
GLOBAL	60	167.478
AM.SUL	9	32.128
EUROPA	27	81.276
Brasil	1	1997
Portugal	1	2000

Elaboração própria: Fonte GEM 2010 (Número de países em cada região e o número respetivo de respondentes com idades entre 18 e 64 anos. Os dados de Portugal referem-se a Portugal Continental).

Tabela 2: Apresentação dos países e regiões GEM 2015

Ano 2015		
Países/Regiões	Nº de países	Nº Respondentes
GLOBAL	60	172.983
AM.SUL	7	19.363
EUROPA	24	79.454
Brasil	1	2000
Portugal	1	2005

Elaboração própria: Fonte GEM 2010 (Número de países em cada região e o número respetivo de respondentes).

Relativamente ao inquérito enviado às inquiridas no Brasil e em Portugal teve um total de 247 respostas, no qual destas, 166 foram respostas completas e adequadas para realizar o presente estudo, sendo aproximadamente 63% no Brasil e 37% em Portugal. O inquérito esteve disponível de 13 de maio de 2018 a 13 de agosto de 2018.

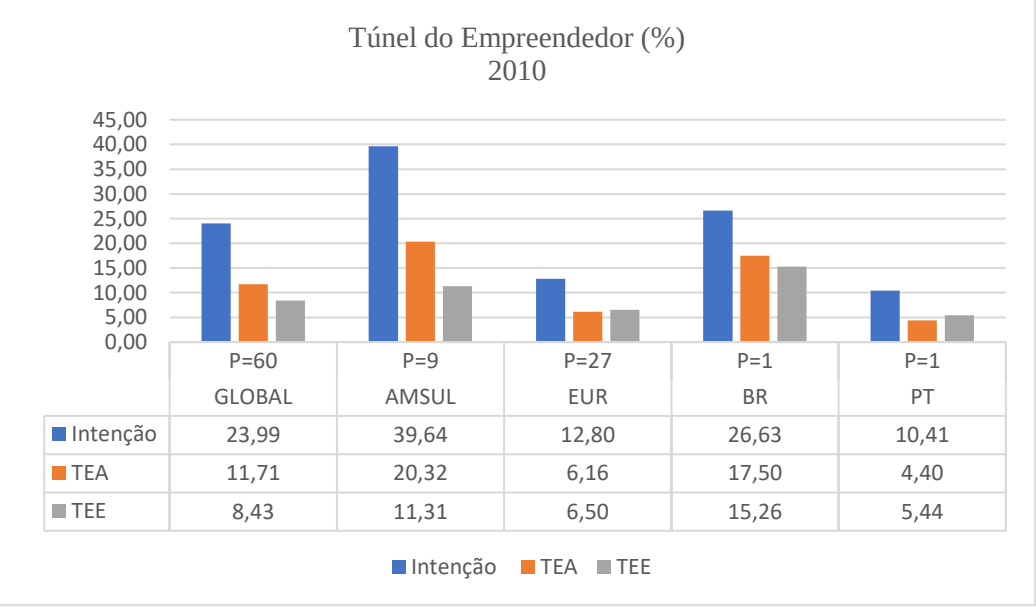
No presente capítulo será apresentado os resultados deste estudo que envolvem análises da base de dados do GEM dos anos de 2010, 2015 e *Report* do ano de 2016, e do inquérito online realizado para evidenciar os aspetos de perfil, intenção e atitude empreendedora bem como as limitações deste estudo e as considerações futuras.

4. Resultados Obtidos

O túnel do empreendedor global apresentado, envolve as fases intenção (empreendedores que tem a intenção de empreender nos próximos 3 anos, TEA (empreendedores nascentes ou novos envolvidos em negócios até 3,5 anos) e TEE (empreendedores estabelecidos envolvidos em negócios com mais de 3,5 anos).

A análise inclui os 60 países participantes em cada ano de análise GEM 2010 e GEM 2015 e análises relativamente às regiões que estão inseridos os países Brasil e Portugal como América do Sul e Europa, respetivamente. Devido a indisponibilidade da base de dados de 2016, foi realizada apenas para os anos de 2010 e 2015 envolvendo toda a população entre 18 e 64 anos participantes do GEM nos respetivos anos.

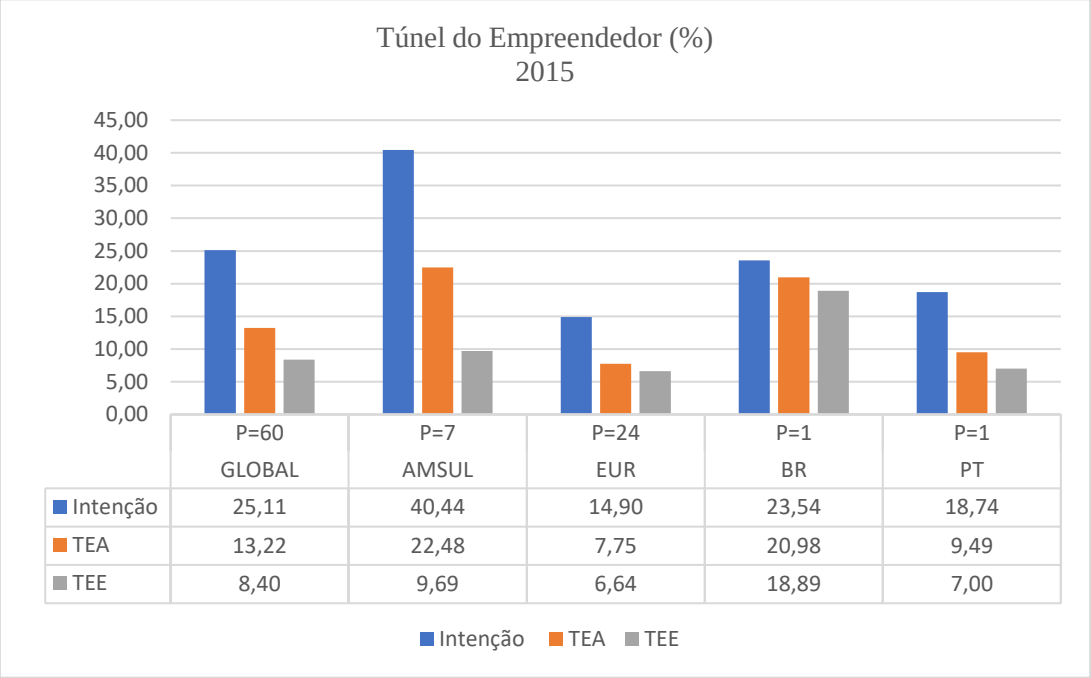
Figura 3: Túnel do Empreendedor Geral - 2010



	P=60 GLOBAL	P=9 AMSUL	P=27 EUR	P=1 BR	P=1 PT
Intenção	23,99	39,64	12,80	26,63	10,41
TEA	11,71	20,32	6,16	17,50	4,40
TEE	8,43	11,31	6,50	15,26	5,44

Elaboração Própria. Fonte: Dados do GEM 2010 (Média em % da população entre 18 -64 anos que indicaram estar nas fases de Intenção, TEA, e TEE com base nos 60 países participantes do GEM 2010 e os países participantes nas respetivas regiões analisadas).

Figura 4: Túnel do Empreendedor Geral-2015



	P=60 GLOBAL	P=7 AMSUL	P=24 EUR	P=1 BR	P=1 PT
Intenção	25,11	40,44	14,90	23,54	18,74
TEA	13,22	22,48	7,75	20,98	9,49
TEE	8,40	9,69	6,64	18,89	7,00

Elaboração própria. Fonte: Dados do GEM 2015 (Média em % da população entre 18 -64 anos que indicaram estar nas fases de Intenção, TEA, e TEE com base nos 60 países participantes do GEM 2015 e os países participantes nas respetivas regiões analisadas).

Nas duas figuras acima apresentadas pode-se observar que a intenção sempre é superior que a ação empreendedora. Pode-se ainda constatar que economias orientadas para a inovação apresentam o mesmo padrão de atividade empreendedora, o que quer dizer que não apresentam uma discrepância entre negócios iniciais para os estabelecidos, o que acontece em países por fatores e seguidos pelos de eficiência (GEM, Empreendedorismo no Brasil, 2010). Quando olhamos a América do Sul onde as economias são em sua maioria voltadas para eficiência apresenta 22,48 % para TEA e 9,69% para o TEE, já a Europa apresenta 7,75% e 6,64% e Portugal 9,49% para TEA e 7% para TEE.

Quando comparamos a evolução de 2010 para 2015 notamos que o Brasil teve uma maior ação empreendedora, a intenção diminui de 2010 para 2015 e aumentou a ação empreendedora nas fases TEA e TEE. Portugal teve um aumento de intenção empreendedora e ação empreendedora em todas as fases do túnel empreendedor. A intenção passou de 10,41% para 18,74% a TEA (empreendedores iniciais), de 4,40% para 9,49% e TEE de 5,44 % para 7%, nos anos 2010 e 2015 respetivamente.

O Brasil tem percentuais altos de empreendedorismo em todas as fases, o que aponta como um país altamente empreendedor. Esse movimento para o empreendedorismo teve

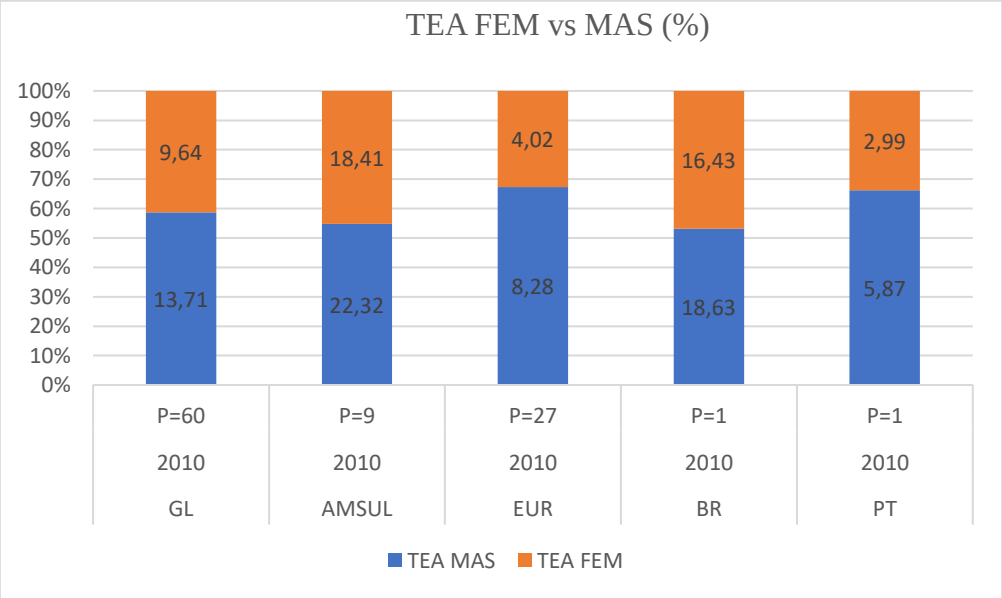
seu impulsionamento a partir da crise económica de 2008. Os efeitos da crise sobre o emprego aumentam significativamente o número de pessoas que buscam novas oportunidades de renda, sendo o empreendedorismo uma das opções nestes cenários. (Machado, Cruz, Flavia., & Silva, 2015).

Análises da Hipótese 1:

H1. O envolvimento com o empreendedorismo é superior nos indivíduos do sexo masculino nas fases TEA e TEE.

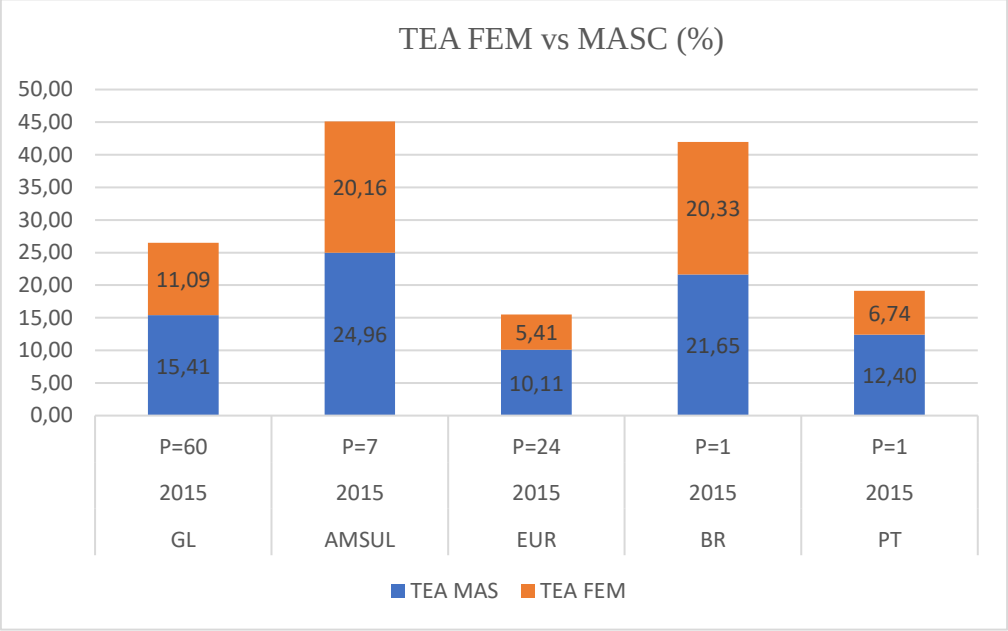
Para analisar a H1 foi realizado os cálculos para as fases TEA (empreendedores nascentes e novos e TEE (empreendedores estabelecidos) por género, analisando os dados do GEM 2010, 2015, para os países Brasil e Portugal, suas regiões América do Sul e Europa comparando com a Global. Adicionalmente foi realizado uma análise dos anos 2010, 2015 e 2016 apenas para Brasil e Portugal, devido a indisponibilidade da base de dados de 2016.

Figura 5: Análise da TEA por género - Geral 2010



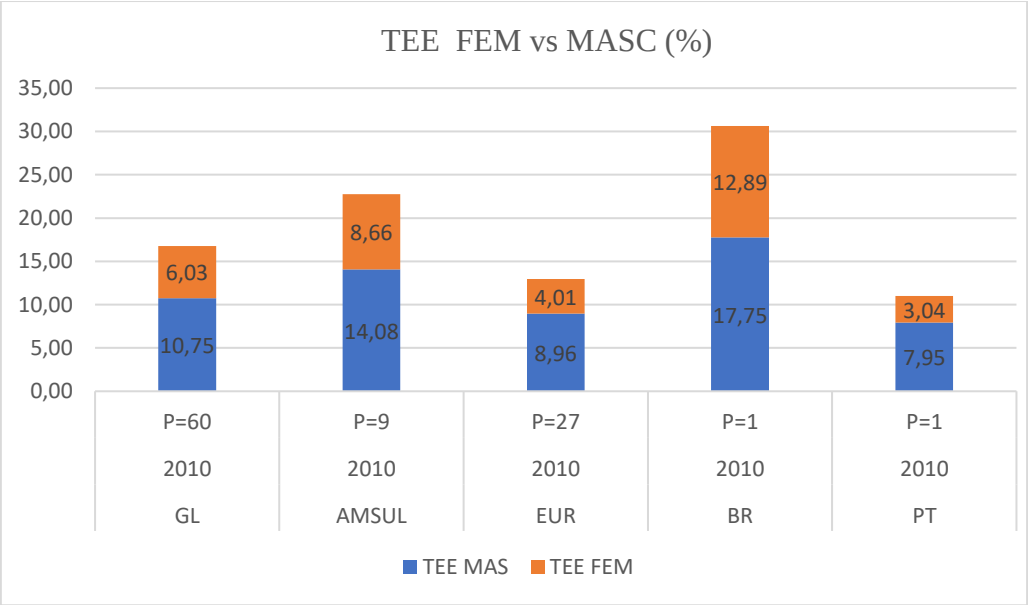
Elaboração Própria. Fonte: GEM 2010 (Média em % da população entre 18-64 anos por género que estão na fase TEA (*SU, BB*) com base nos 60 países participantes nos respetivos anos indicados e as respetivas regiões: América do Sul e Europa e os países foco deste estudo).

Figura 6: Análise da TEA por género - Geral 2015



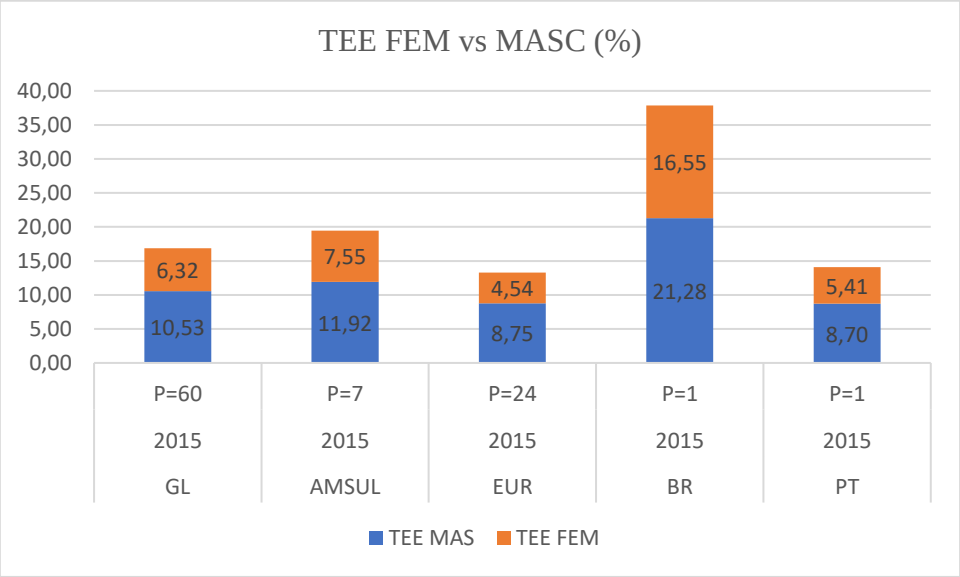
Elaboração Própria. Fonte: GEM 2015 (Média em % da população entre 18-64 anos por género que estão na fase TEA (*SU, BB*) com base nos 60 países participantes nos respetivos anos indicados e as respetivas regiões: América do Sul e Europa e os países foco deste estudo Brasil x Portugal).

Figura 7: Análise da TEE por género - Geral 2010



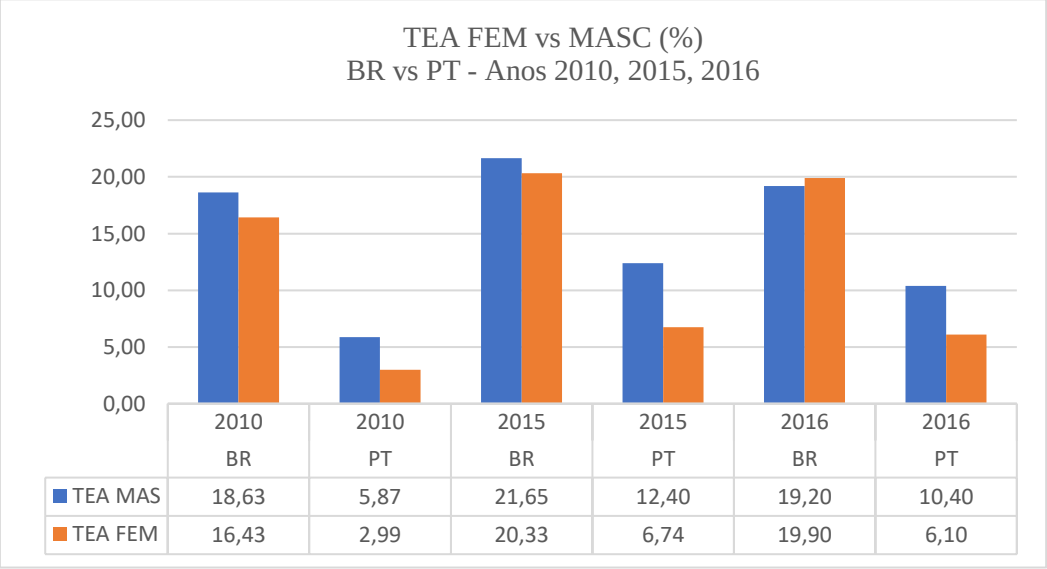
Elaboração Própria. Fonte: GEM 2010 (Média em % da população entre 18-64 anos por género que estão na fase TEE (Empresas estabelecidas com base nos 60 países participantes nos respetivos anos indicados, as respetivas regiões: América do Sul e Europa e os países foco deste estudo Brasil x Portugal).

Figura 8: Análise da TEE por género Geral 2015



Elaboração Própria: Fonte: GEM 2015 (Média em % da população entre 18-64 anos por género que estão na fase TEE (Empresas estabelecidas com base nos 60 países participantes nos respetivos anos indicados, as respetivas regiões: América do Sul e Europa e os países foco deste estudo Brasil x Portugal).

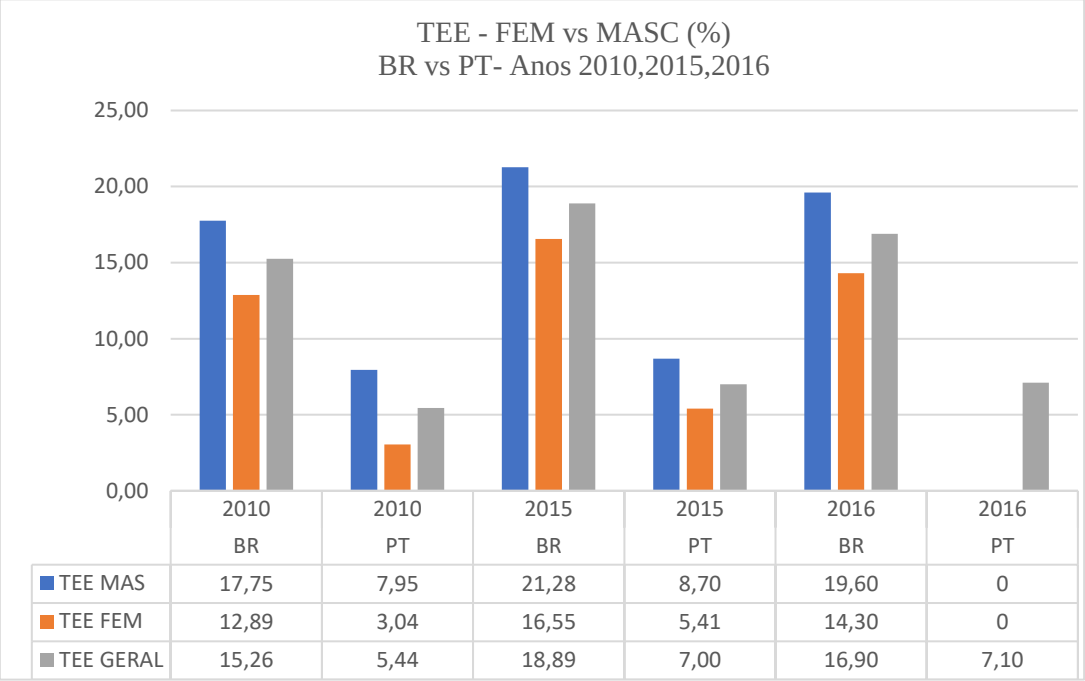
Figura 9: Análise da TEA por género Brasil vs Portugal – Anos 2010, 2015, 2016



	2010 BR	2010 PT	2015 BR	2015 PT	2016 BR	2016 PT
TEA MAS	18,63	5,87	21,65	12,40	19,20	10,40
TEA FEM	16,43	2,99	20,33	6,74	19,90	6,10

Elaboração Própria. Fonte: GEM 2010, 2015,2016* (Média em % da população entre 18-64 anos por género que estão na fase TEA (*SU*, *BB*) com base nos 60 países participantes nos respetivos anos indicados). No GEM 2016 participaram 64 países e corresponde a 2000 respondentes no Brasil e 2003 em Portugal.

Figura 10: Análise da TEE por género Brasil vs Portugal – Anos 2010, 2015, 2016



	2010 BR	2010 PT	2015 BR	2015 PT	2016 BR	2016 PT
TEE MAS	17,75	7,95	21,28	8,70	19,60	0
TEE FEM	12,89	3,04	16,55	5,41	14,30	0
TEE GERAL	15,26	5,44	18,89	7,00	16,90	7,10

Elaboração Própria. Fonte: GEM 2010, 2015,2016 (Média em % da população entre 18-64 anos por género que estão na fase TEE com base nos 60 países participantes nos respetivos anos indicados). No GEM 2016 participaram 64 países e corresponde a 2000 respondentes no Brasil e 2003 em Portugal.

Podemos observar que tanto na TEA quanto TEE a paridade de género tem vindo a aumentar nos países Brasil e Portugal. No ano de 2010 observa-se que Brasil contribuiu para o aumento da paridade de género da América do Sul e a nível global, já Portugal no ano de 2010 esteve abaixo do apresentado a nível europeu e global, recuperando no ano de 2015. Relativamente aos negócios iniciais Portugal ainda apresenta um número inferior em relação ao género feminino um rácio de 1,7, apontando um resultado de 10,4% género masculino e 6,1% género feminino. Entretanto, podemos verificar que em termos de TEA no último ano de 2016, o envolvimento feminino no Brasil foi superior que os indivíduos do sexo masculino, nos demais anos analisados 2010 e 2015 também apresenta uma maior paridade de género em termos empreendedores iniciais, o que demonstra o Brasil como um dos países com maior paridade de género em termos de empreendedorismo inicial, favorecendo a América do Sul e colaborando para o aumento da paridade a nível global.

Em 2016 Portugal apresentou 7,1 % de negócios estabelecidos mantendo-se muito próximo da taxa de negócios iniciais, o que demonstra que a maioria dos negócios conseguem atingir mais de 3,5 anos, um indicador que mostra que em termos de negócios

iniciais criados a maioria permaneceu, não foi possível a análise por género devido a não disponibilidade desse dado no *Report* 2016.

No Brasil essa realidade é diferente, as mulheres brasileiras conseguem criar negócios na mesma proporção que os homens, mas enfrentam dificuldades para fazer seus empreendimentos chegarem à fase de amadurecimento. Em termos de empresas estabelecidas os homens são mais presentes que as mulheres. Entre os principais problemas relatados estão a credibilidade associada ao género e com isso a dificuldade de financiamento ou de conseguir investidores e de equilibrar vida pessoal a profissional.

Pode-se observar que relativamente aos empreendedores estabelecidos identifica-se que ainda ambos os países o envolvimento feminino está abaixo em todos os anos analisados, regiões estudadas e a nível global.

Contudo, a hipótese pode ser confirmada apenas para Portugal, pois em ambas as fases continuam com a presença masculina, embora a paridade tenha aumentado, o que demonstra que as mulheres estão a buscar o seu espaço no empreendedorismo. No Brasil as mulheres em fase inicial são mais presentes que os homens, apresentando uma pequena diferença superior aos homens, no ano de 2016. Embora essa diferença ainda muito pequena, pois quando apresentado o empreendedorismo total feminino, somando as fases TEA e TEE, as mulheres ainda ficam com a representatividade abaixo em ambos os países.

Tabela 3: Taxas de Empreendedorismo Brasil vs Portugal

	Ano 2010		**Ano 2015**		**Ano 2016**	
Taxa de Empreendedorismo	**BR**	**PT**	**BR**	**PT**	**BR**	**PT**
Empreendedorismo Total (TTE)	**32,85**	**9,93**	**39,91**	**16,63**	**36,50**	**IND ***
TTE FEM	29,32	6,03	36,88	12,15	34,20	IND *
TTE MAS	36,38	13,82	42,93	21,10	38,80	IND *
TEA GERAL	17,50	4,40	20,98	9,49	19,60	8,20
TEA FEM	16,43	2,99	20,33	6,74	19,90	10,40
TEA MAS	18,63	5,87	21,65	12,4	19,20	6,10
TEE GERAL	15,26	5,44	18,89	7,00	16,90	7,10
TEE FEM	12,89	3,04	16,55	5,41	14,30	IND *
TEE MAS	17,75	7,95	21,28	8,70	19,60	IND *

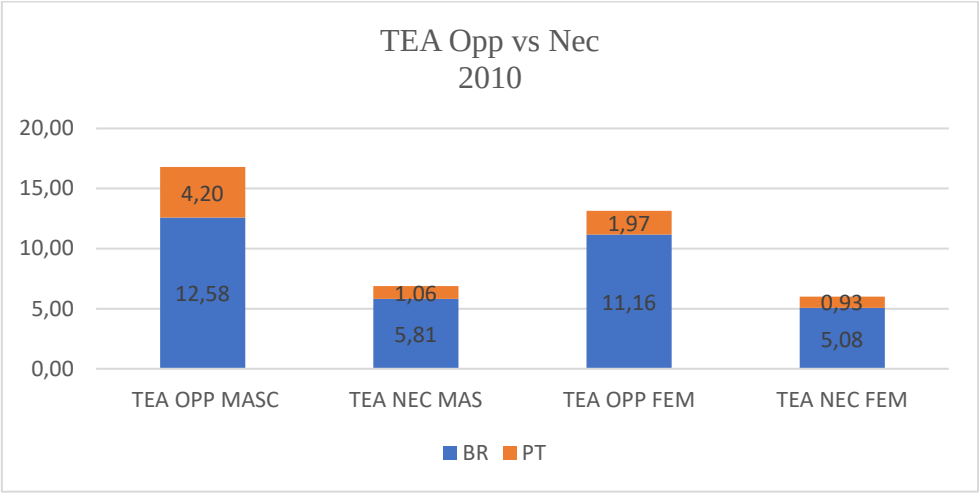
Elaboração Própria. Fonte: GEM 2010, 2015,2016 (Média em % da população entre 18-64 anos por género que estão na fase TEE com base nos 60 países participantes nos respetivos anos indicados). No GEM 2016 participaram 64 países e corresponde a 2000 respondentes no Brasil e 2003 em Portugal. Para empreendedorismo Total Feminino e Total Masculino foram realizados cálculo média simples. * Dado Indisponível.

Análise da Hipótese 2:

H2. O género feminino empreende mais por necessidade do que por oportunidade.

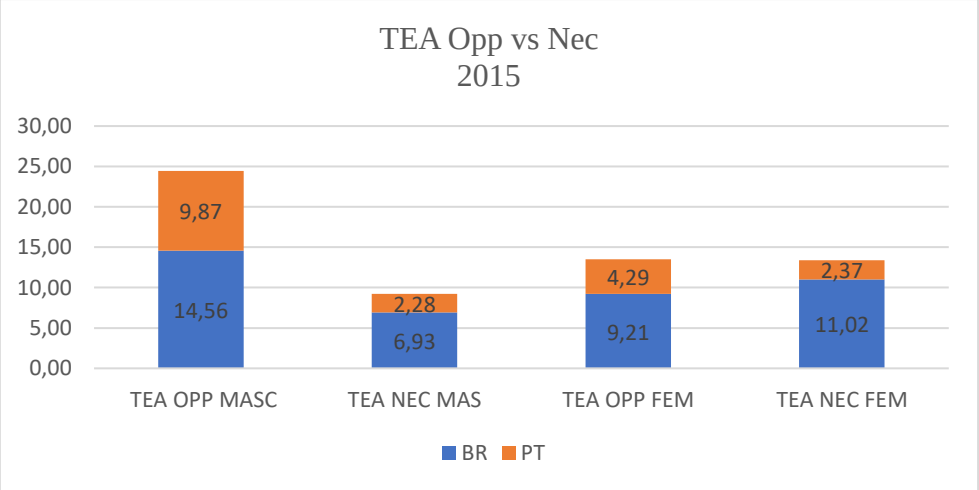
Para esta hipótese foi observado os resultados do GEM nas fases TEA analisando as motivações por oportunidade e necessidade em relação ao género.

Figura 11: Análise da TEA por Oportunidade e Necessidade por género BR vs PT - 2010



Elaboração própria. Fonte: Base de dados GEM 2010

Figura 12: Análise da TEA por Oportunidade e Necessidade por género BR vs PT - 2015



Elaboração própria. Fonte: Base de dados GEM 2015 (Base de dados do ano e 2016 ainda não divulgada, não sendo possível identificar no Report de 2016 por género).

Ao analisar os dados do GEM dos anos de 2010 e 2015, observa-se que a motivação feminina no Brasil transita para necessidade em 2015, já a portuguesa se mantém motivada pela oportunidade, apresentando um resultado de 4,29% por oportunidade e 2,37% por necessidade e o Brasil 9,21% por oportunidade e 11,02% por necessidade, o que também pode estar relacionado com as economias dos países.

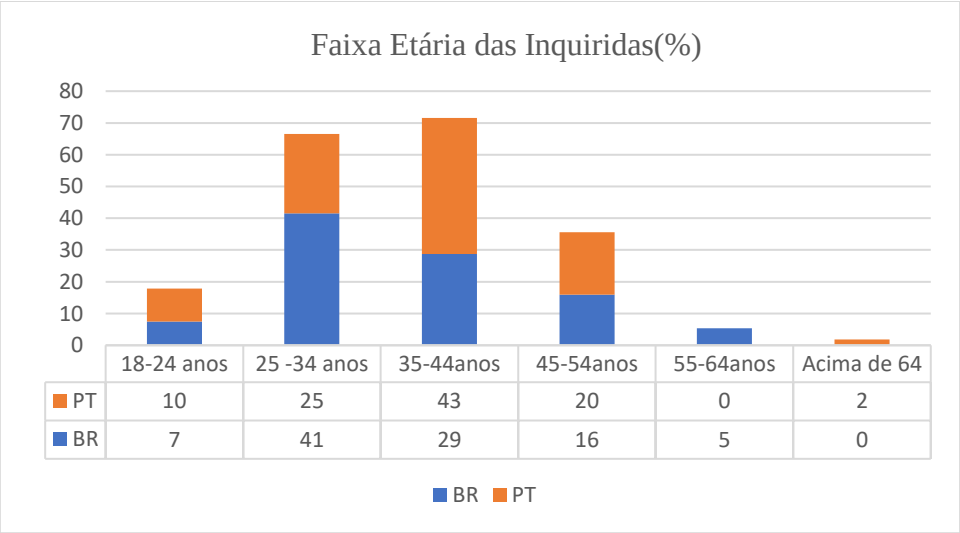
Contudo a hipótese pode ser confirmada apenas para o Brasil as mulheres empreendem mais por necessidade do que por oportunidade, como já dito anteriormente no campo teórico o empreendedorismo por necessidade está mais vulnerável ao cenário económico.

Para as próximas hipóteses H3 e H4, foi utilizado os resultados apurados do inquérito *online* realizado. Na apresentação dos dados foi utilizada números inteiros para diferenciar das análises realizadas através da base de dados do GEM.

Análise da Hipótese 3

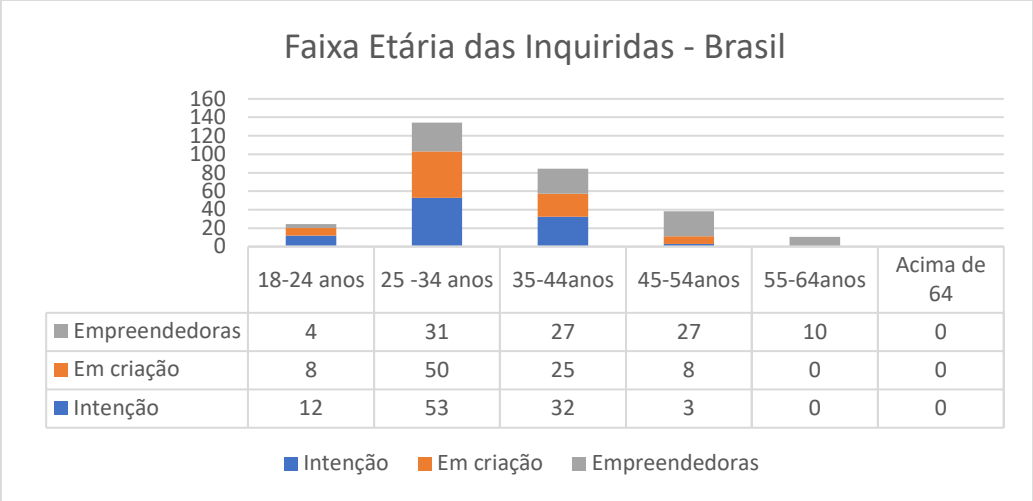
H3. A probabilidade de intenção e ação empreendedora diminui com o aumento da idade do género feminino

Figura 13: Análise da Faixa etária das Inquiridas Geral BR vs PT



Elaboração própria. Fonte: Base de dados realizado através de inquérito online (contabilizadas as respostas das inquiridas que tem intenção em empreender, estão a criar um negócio ou que possuem empresa).

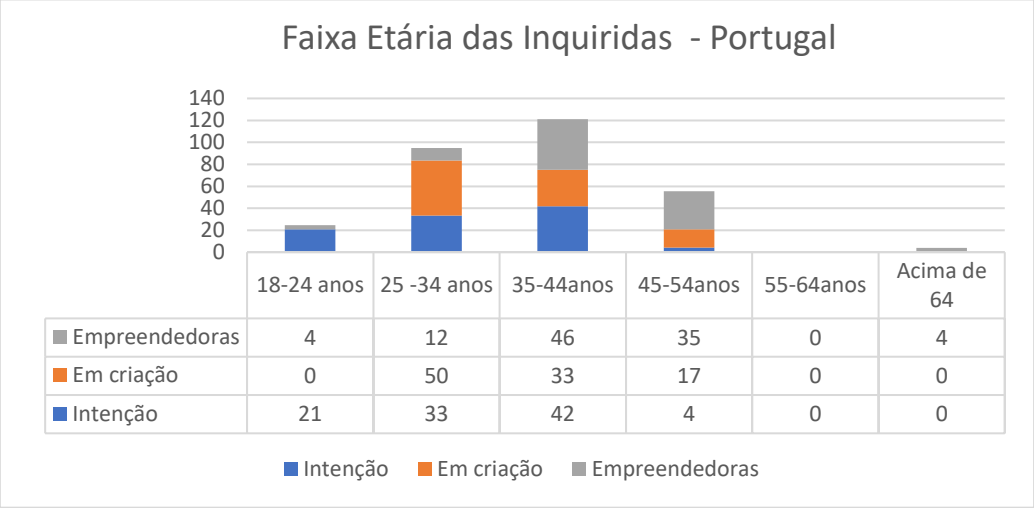
Figura 14: Análise da Faixa etária das Inquiridas por fase - Brasil



	18-24 anos	25 -34 anos	35-44anos	45-54anos	55-64anos	Acima de 64
Empreendedoras	4	31	27	27	10	0
Em criação	8	50	25	8	0	0
Intenção	12	53	32	3	0	0

Elaboração própria. Fonte: Base de dados realizado através de inquérito online (contabilizadas as respostas das inquiridas que tem intenção em empreender, estão a criar um negócio ou que possuem empresa).

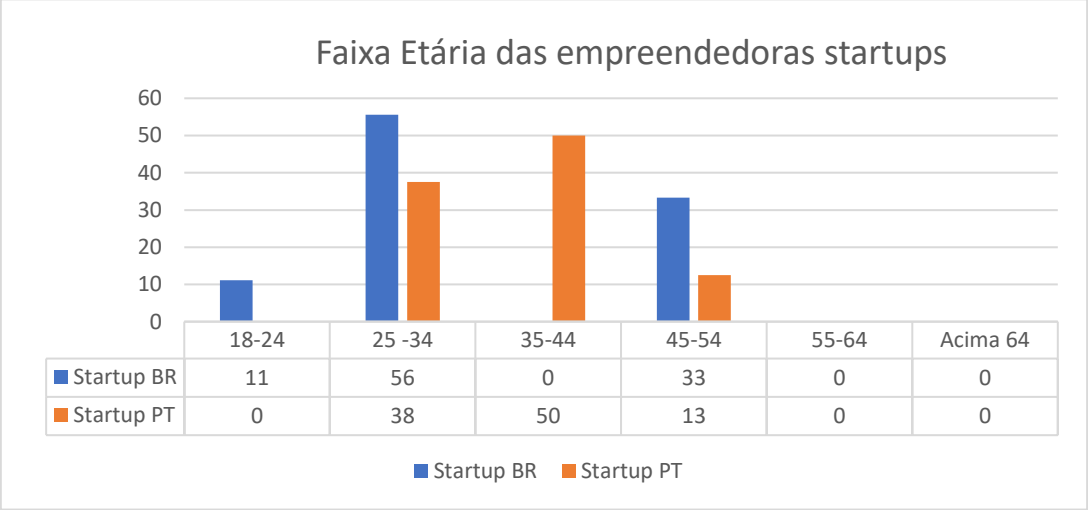
Figura 15: Faixa etária das inquiridas (%) - Portugal



	18-24 anos	25 -34 anos	35-44anos	45-54anos	55-64anos	Acima de 64
Empreendedoras	4	12	46	35	0	4
Em criação	0	50	33	17	0	0
Intenção	21	33	42	4	0	0

Elaboração própria. Fonte: Base de dados realizado através de inquérito online (contabilizadas as respostas das inquiridas que tem intenção em empreender, estão a criar um negócio ou que possuem empresa).

Figura 16: Análise da faixa etária das empreendedoras *startups* - BR vs PT



Elaboração própria. Fonte: Base de dados realizado através de inquérito online (apenas contabilizado as respostas das inquiridas que tem uma *startup*).

Ao analisar a H3 relacionando a idade com a intenção e ação empreendedora, verificamos que a mulher brasileira se mantém a mesma faixa etária entre os 25-34 anos em todas as fases apresentadas, tanto na fase de intenção quanto nas fases de ação no caso Empreendedora estão classificadas as (TEA e TEE) e as que estão a criar. Nesta variável ainda foi analisado especificamente para o contexto das empreendedoras inquiridas que tinham uma *startup*, mais de 55 % das brasileiras apresenta-se na faixa etária de 25-34 anos.

Já para Portugal as mulheres estão situadas na faixa etária entre 35-44 anos com 46,15% das inquiridas empreendedoras, as mulheres que se encontram a criar uma empresa nesse momento estão situadas na faixa etária entre 25-34 anos. Nas *startups* em Portugal 50% estão na faixa etária entre 35-44 anos.

Contudo pode-se afirmar que para essa hipótese as mulheres diminuem a sua intenção e ação empreendedora com o aumento da idade, foi apresentado apenas 1 caso com mulheres acima de 64 anos que são empreendedoras, caso apresentado refere-se à empreendedora portuguesa de empresa de pequeno porte. O envelhecimento da população como uma das tendências globais aponta a importância de estratégias de apoio ao empreendedorismo para que a população com mais idade também possa empreender.

Análises da Hipótese 4:

H4. O perfil empreendedor, aliado às habilidades, níveis mais altos de educação e experiência percecionada ajudam a ultrapassar as barreiras e por isso estão associados a uma maior ação empreendedora feminina.

Perfil das Inquiridas:

Da amostra analisada 63% são residentes no Brasil e 37% em Portugal. Relativamente ao número de inquiridas que possuem empresa 47% são brasileiras e 43 % são portuguesas, 8% das inquiridas não tem interesse em empreender.

Em se tratando do perfil da empreendedora, no Brasil 31% são solteiras sem filhos, possuem empresas são em sua maioria de pequeno porte contabilizando 54% ou *startups* com 19%. A empreendedora no Brasil se considera uma empreendedora inovadora, atuam na área de consultoria ou outros, ao qual indicaram ser empresas de serviços, as empresas em sua maioria possuem até 10 colaboradores, 83% criaram a empresa através de recursos próprios.

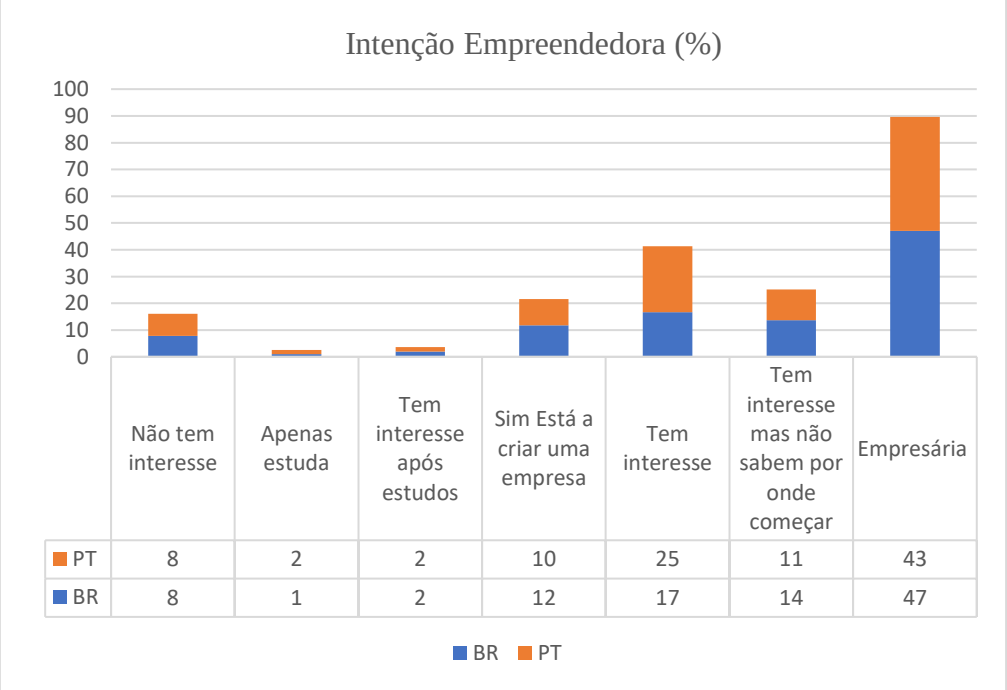
No contexto português, 42% são casadas com filhos 42% possuem empresas de pequeno porte e 31% possuem uma startup, como apresentado a seguir na Figura 20. O maior número de startups em Portugal também se deve ao tipo de economia portuguesa que está voltada para a inovação o que também pode colaborar por uma maior representatividade (GEM, 2016).

Em Portugal 77% empreendedoras inquiridas se consideram uma empreendedora inovadora, 69% das empresas tem até 10 colaboradores. Cerca de 20% atuam nas áreas de tecnologia e inovação e 20% em outras áreas, indicando a área de serviços no campo das observações da pergunta e 69% criaram a empresa através de recursos próprios.

Figura 17: Inquiridas por país Brasil vs Portugal

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online (amostra de 166 respostas válidas).

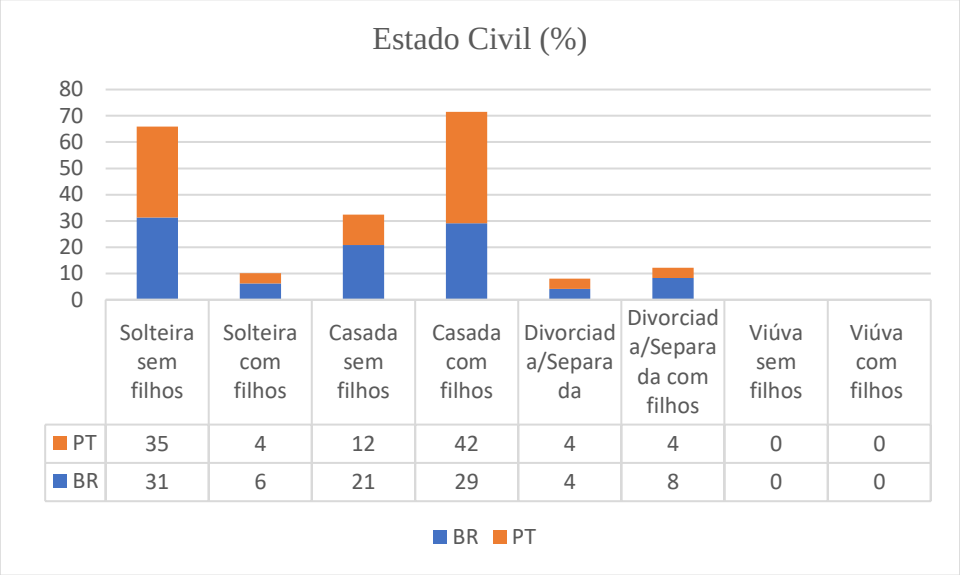
Figura 18: Intenção Empreendedora das Inquiridas



	Não tem interesse	Apenas estuda	Tem interesse após estudos	Sim Está a criar uma empresa	Tem interesse	Tem interesse mas não sabem por onde começar	Empresária
PT	8	2	2	10	25	11	43
BR	8	1	2	12	17	14	47

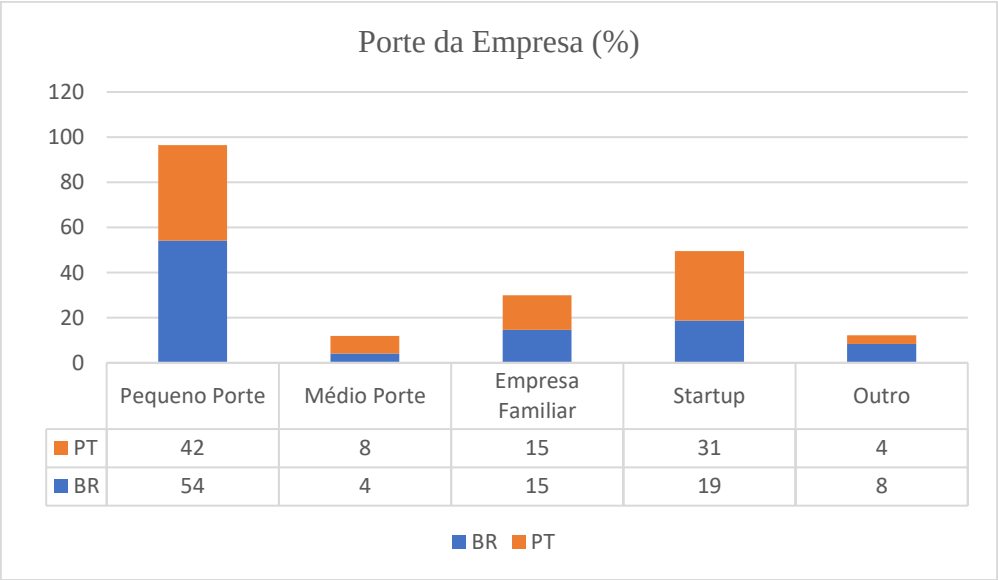
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online (amostra de 166 inquiridas).

Figura 19: Perfil- Estado Civil



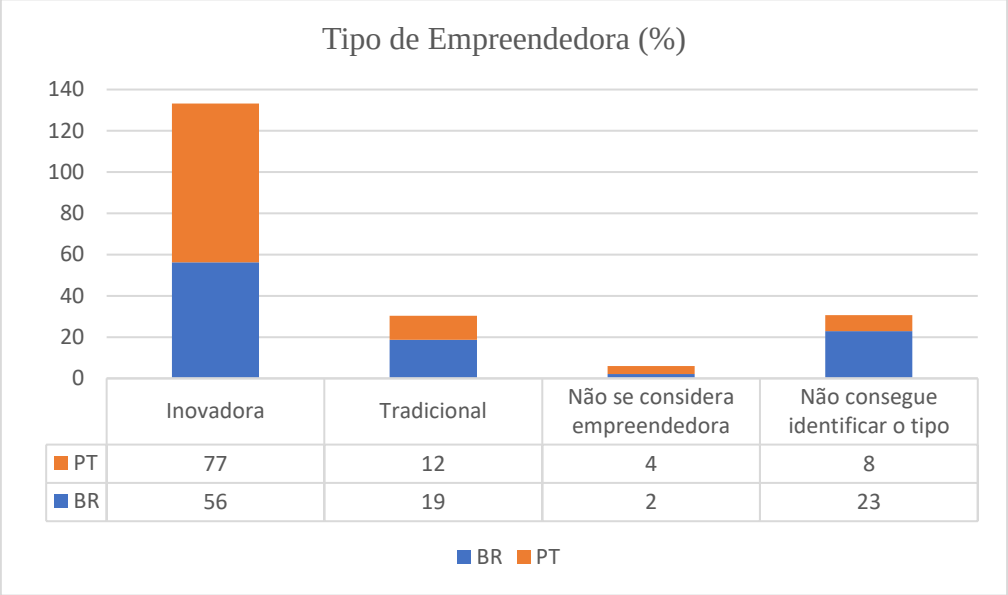
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 20: Porte/Tipo de empresa apontado pelas empresárias inquiridas



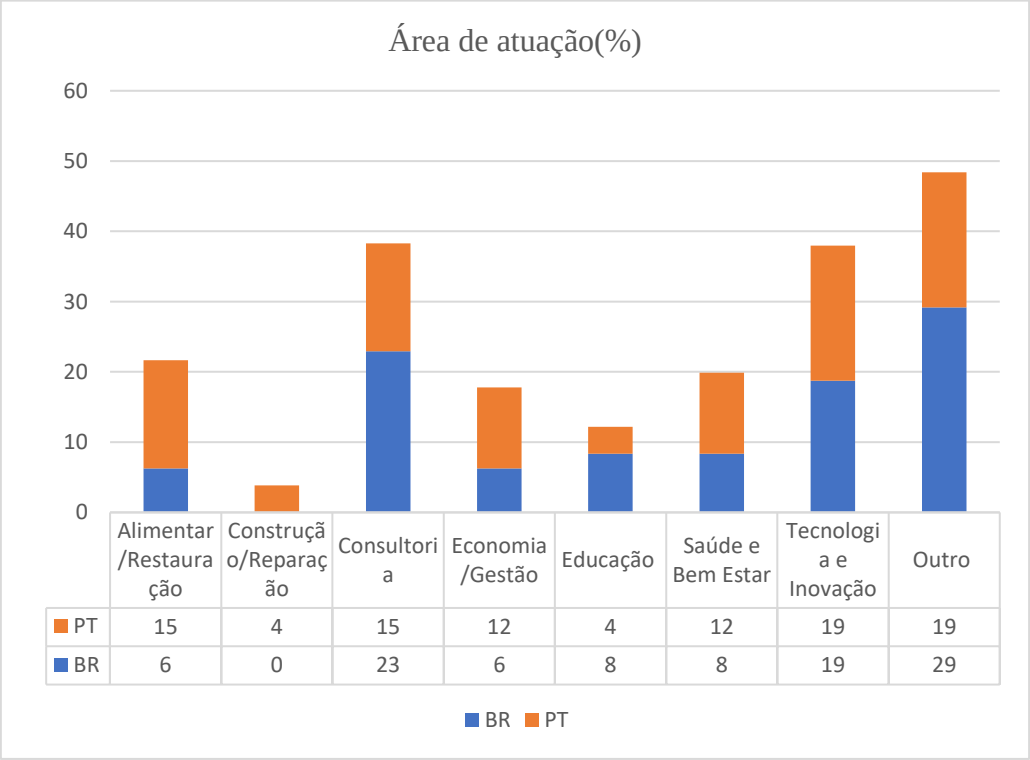
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 21: Tipo de Empreendedora que se consideram



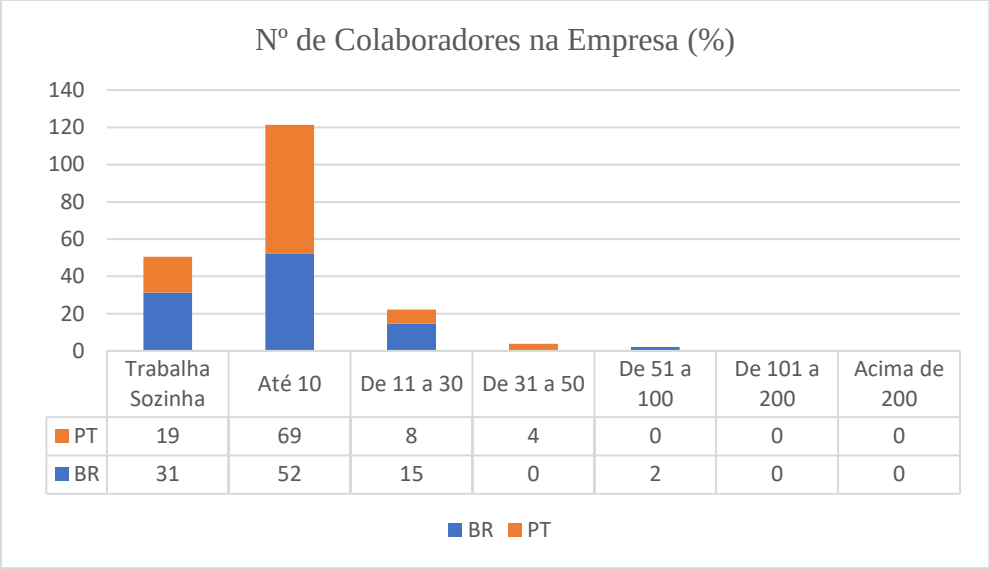
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 22: Área de atuação das empresas



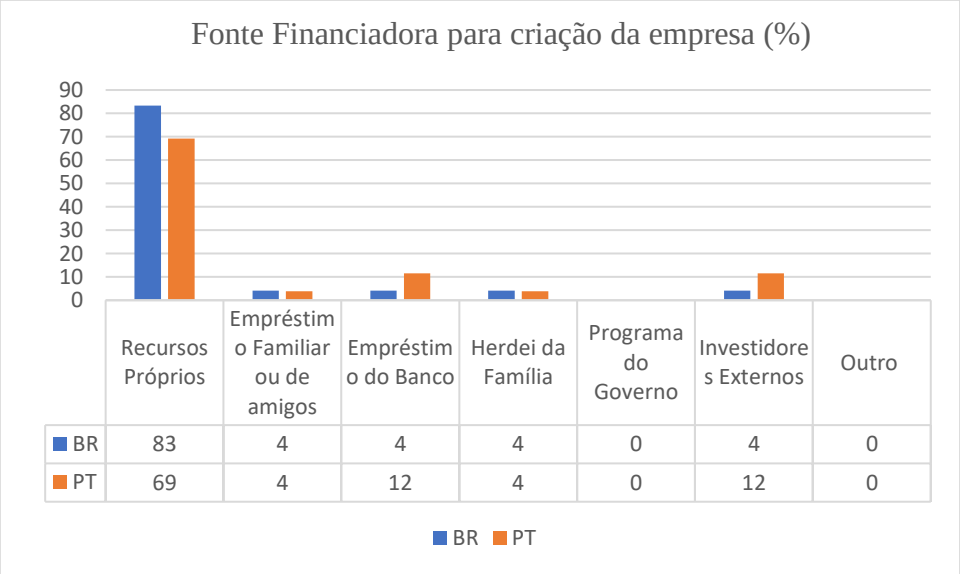
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 23:Número de colaboradores nas empresas



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 24: Fonte financiadora utilizada na criação da empresa BR vs PT



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Para as variáveis analisadas caracterizadas por habilidades e conhecimento percecionado, foram realizadas perguntas em que a inquirida precisou colocar as questões em ordem de importância destacando as habilidades em 1º, 2º e 3º opção. Exceto para níveis de escolaridade em que a inquirida apenas deveria selecionar o seu grau de formação atual.

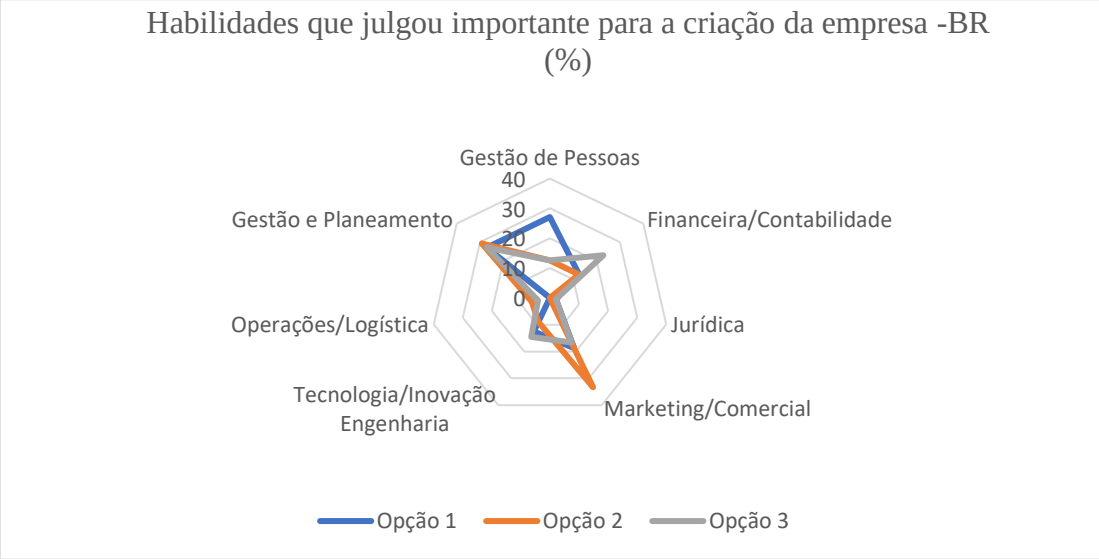
Habilidades :

No grupo das perguntas voltadas às habilidades da empreendedora, foi questionado as habilidades que acharam importante na criação da empresa e quais habilidades que necessitaram desenvolver para continuarem a empreender colocando-as em ordem de importância.

Para as empreendoras no Brasil a habilidade que foi mais importante para a criação da empresa foi em 1ª opção: Gestão de Pessoas e Gestão e Planeamento com 27% cada uma; em 2º opção: Marketing/comercial com 33% e em 3º Opção : Gestão e Planeamento com 27%. Das habilidades que necessitaram desenvolver destacam em 1º opção Financeira/Contabilidade com 31%, em 2º Marketing/Comercial e em 3º destacam-se Operações e logística com 25%.

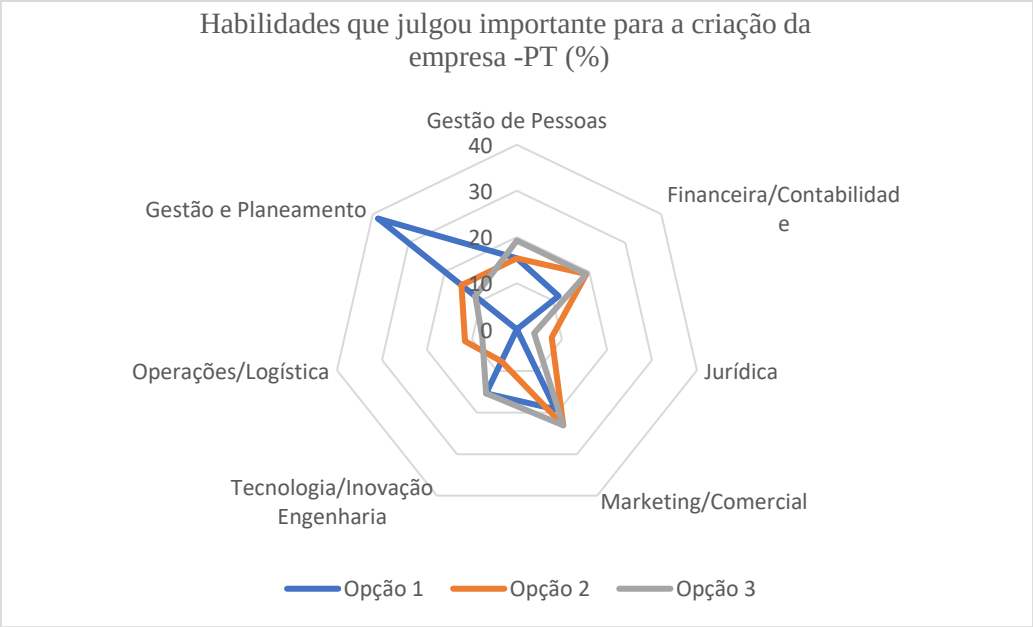
Já em Portugal as mulheres informaram como habilidades que importantes para a criação da empresa em 1ª opção: Gestão e Planeamento com 38% e em 2º e 3º opções repetiu-se Marketing/Comercial com 23%. Relativamente às habilidades que tiveram que desenvolver apontam Marketing/Comercial em 1º e 2º opção em 3º destacam Financeira/Contabilidade com 35%.

Figura 25: Habilidades que a empreendedora julgou importante para a criação da empresa- BR



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 26: Habilidades que a empreendedora julgou importante para a criação da empresa- PT



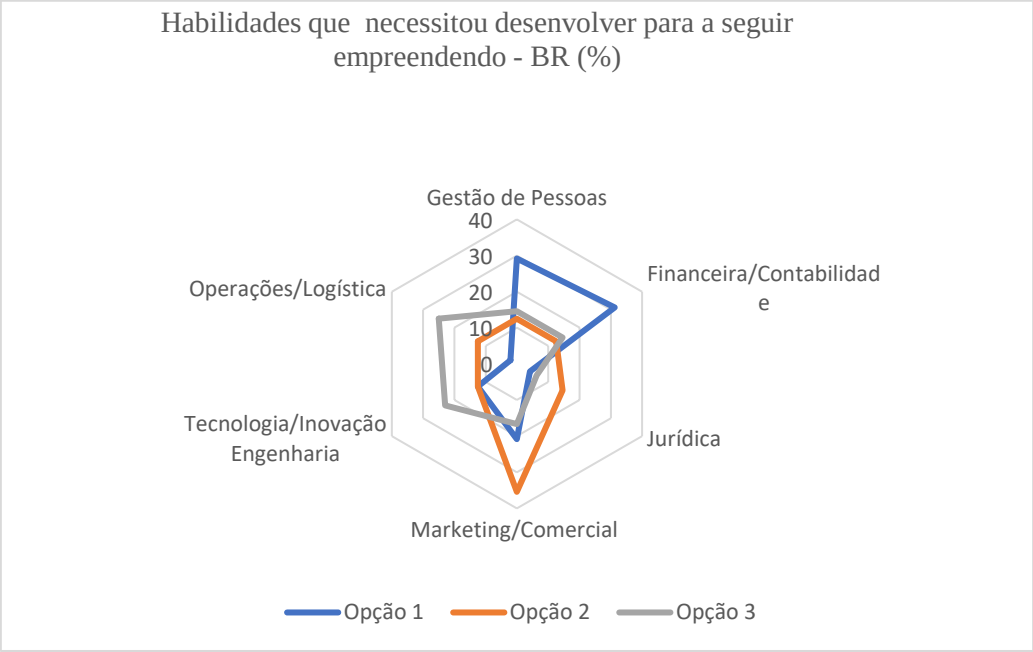
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Tabela 4: Habilidades que considerou importante para a criação da empresa (%)

Habilidades	%Brasil			%Portugal		
	Opção 1	Opção 2	Opção 3	Opção 1	Opção 2	Opção 3
Gestão de Pessoas	27	13	13	15	15	19
Financeira/Contabilidade	13	13	23	12	19	19
Jurídica	2	0	2	0	8	4
Marketing/Comercial	19	33	17	19	23	23
Tecnologia/Inovação Engenharia	13	9	15	15	8	15
Operações/Logística	0	6	4	0	12	8
Gestão e Planeamento	27	29	27	38	15	12

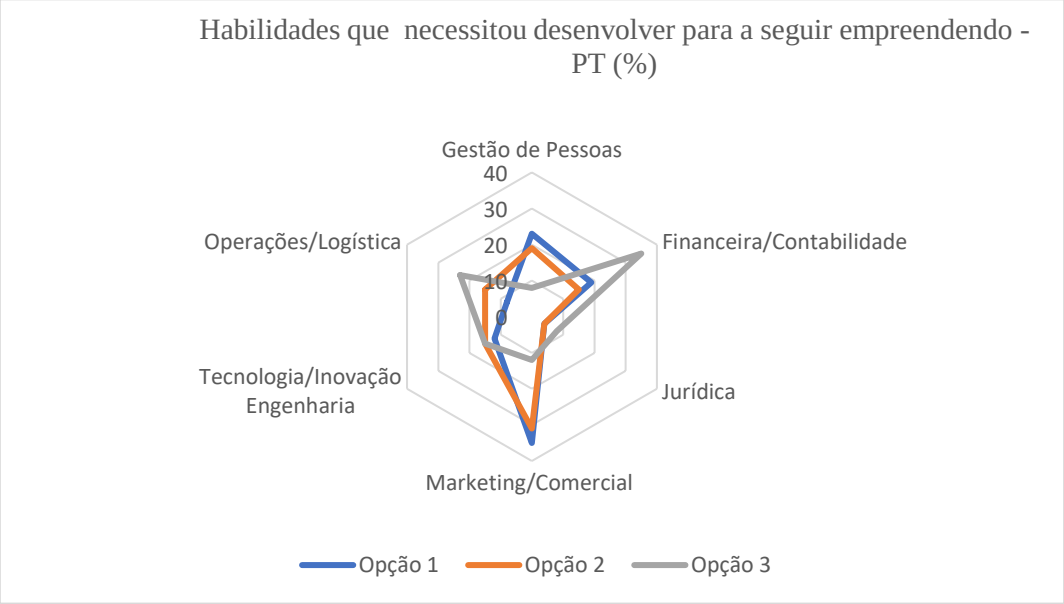
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 27: Habilidades que necessitou desenvolver para seguir empreendendo – BR



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 28: Habilidades que necessitou desenvolver para seguir empreendendo - PT



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Tabela 5: Habilidades que tiveram de desenvolver para seguir empreendendo (%)

Habilidades	%Brasil			%Portugal		
	Opção 1	Opção 2	Opção 3	Opção 1	Opção 2	Opção 3
Gestão de Pessoas	29	13	15	23	19	8
Financeira/Contabilidade	31	13	15	19	15	35
Jurídica	4	15	6	4	4	8
Marketing/Comercial	21	35	17	35	31	12
Tecnologia/Inovação Engenharia	13	13	23	12	15	15
Operações/Logística	2	13	25	8	15	23

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Níveis de escolaridade:

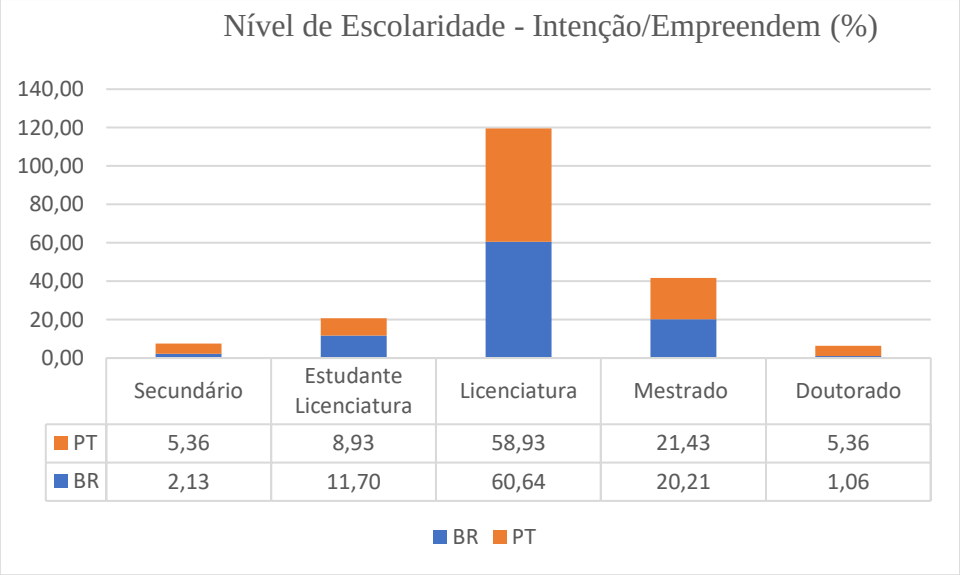
Considerando a variável género feminino, observa-se nas Figuras 29 e 30 que no Brasil 60% das inquirida que tem intenção ou neste momento estão a criar um negócio ou possuem uma empresa, tem licenciatura, e das empreendedoras brasileiras que possuem startup 55,56% tem nível de escolaridade mais elevado, como mestrado.

As inquiridas no cenário português também possuem em sua maioria licenciatura, e a nível de startups destacam-se com níveis mais altos como doutoramento com 13%.

No cenário das startups observa-se que tanto no Brasil quanto Portugal as mulheres apresentam níveis de escolaridade mais altos, o que aponta que quanto mais escolaridade mais risco assumem.

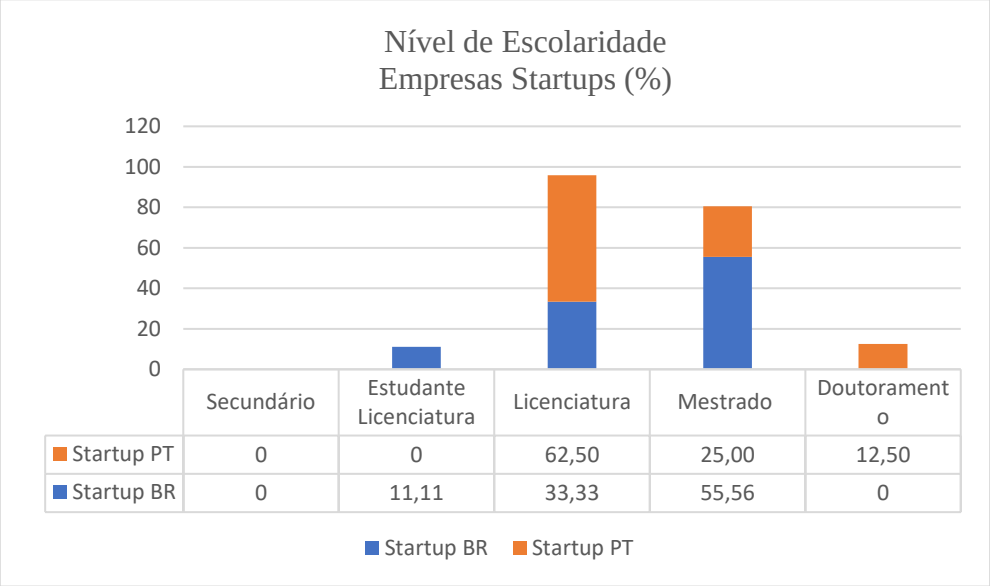
Contudo, constata-se através da amostra das inquidas que as mulheres que tem níveis mais altos de educação estão mais envolvidas na ação empreendedora e sobretudo em negócios mais arriscados, como no caso das startups.

Figura 29: Análise do nível de escolaridade do género feminino BR vs PT



Elaboração própria. Fonte: Base de dados realizado através de inquérito online (contabilizadas as respostas das inquiridas que tem intenção em empreender, estão a criar um negócio ou que possuem empresa).

Figura 30: Análise do nível de escolaridade do género feminino - Startups BR vs PT



	Secundário	Estudante Licenciatura	Licenciatura	Mestrado	Doutoramento
Startup PT	0	0	62,50	25,00	12,50
Startup BR	0	11,11	33,33	55,56	0

Elaboração própria. Fonte: Base de dados realizado através de inquérito online (contabilizadas as respostas das inquiridas que tem uma empresa startup).

Conhecimento Percecionado:

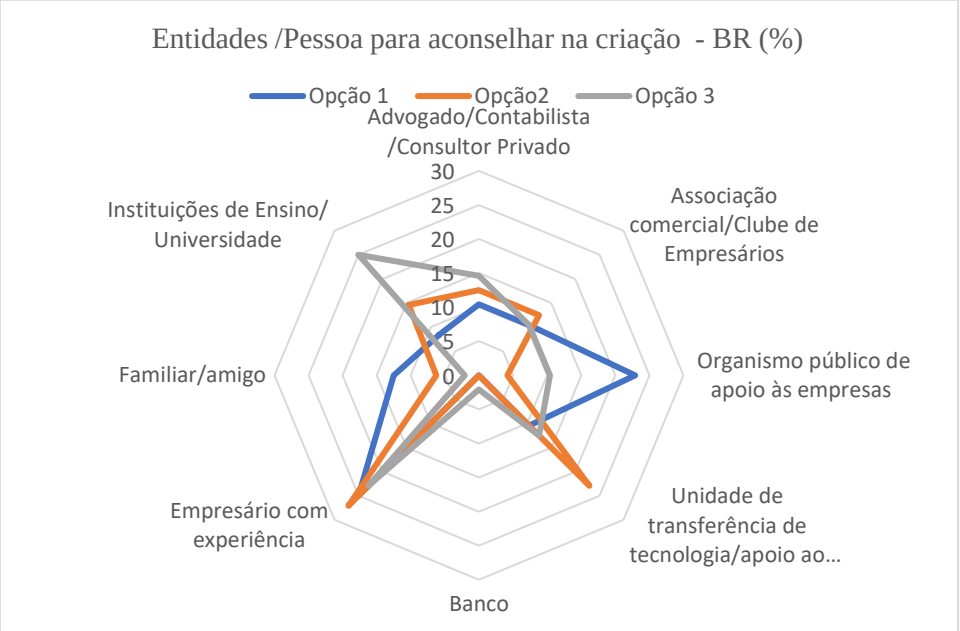
Ao analisar a questão conhecimento percecionado da empreendedora observa-se que estão ligados a intenção empreendedora e as barreiras que podem ser evitadas através de um conhecimento mais alargado frente a instrumentos que podem ajudar na criação de suas empresas. Sendo assim, pode-se observar que as empreendedoras no Brasil buscam se aconselhar com empresária (o) que tenham experiência e em Portugal as empreendedoras se aconselham com consultor/contabilista ou consultor privado em 1º opção , Unidade de transferência e tecnologia de apoio ao empreendedorismo em 2º opção e em terceiro buscam a figura da empresária (o) com experiência. Como na amostra analisada haviam mais empresas startups em Portugal, o que pode ter levado a procura por outro tipo de aconselhamento.

Sobre as startups buscou entender das inquiridas o conhecimento acerca do que é uma startup, com isso foi possível observar que das inquiridas que não possuem uma startup mais de 20% não se interessavam, pois preferiam negócios mais tradicionais, em ambos os países. No Brasil 16% tinham medo de trabalhar com as incertezas do negócios, 15% não sabem o que é uma startup e 14% tem interesse mas não sabem por onde começar.

Já em Portugal foi possível observar que 14% tem medo de trabalhar com as incertezas do negócio, 11% não sabem o que é uma startup.

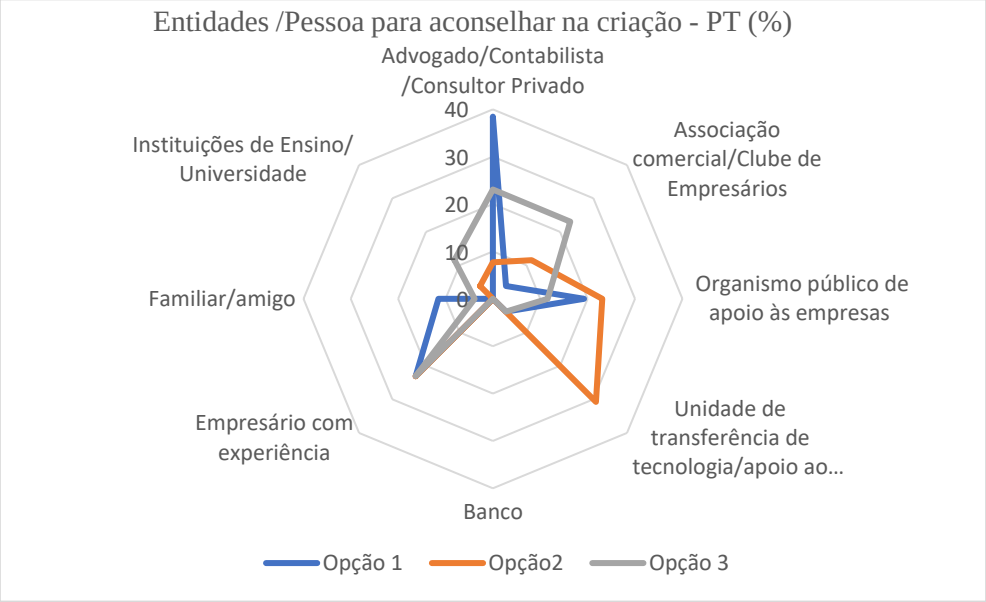
Pode -se identificar nesta amostra que o ambiente inovador das startups causa uma aversão ao risco na motivação empreendedora, o que faz com que as mulheres busquem atuar em outro tipo de empresa em que se sentam mais confortáveis.

Figura 31: Entidade/Pessoa que considera importante para aconselhar na criação da empresas -BR



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 32: Entidade/Pessoa que considera importante para aconselhar na criação da empresa -PT



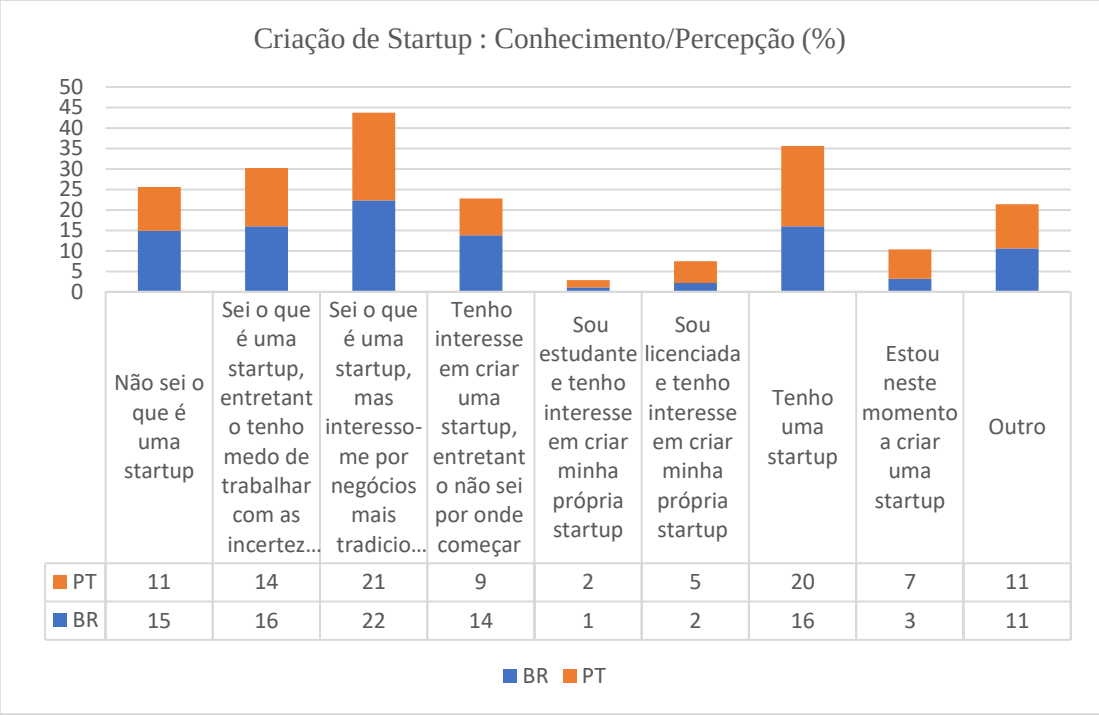
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Tabela 6: Entidade/Pessoa que considera importante para aconselhar na criação da empresa BR vs PT (%)

Entidade/Pessoa	Brasil			Portugal		
	Opção 1	Opção 2	Opção 3	Opção 1	Opção 2	Opção 3
Advogado/Contabilista/Consultor Privado	10	13	15	38	8	2
Associação comercial/Clube de Empresários	10	13	10	4	12	23
Organismo público de apoio às empresas	23	4	10	19	23	12
Unidade de transferência de tecnologia/apoio ao empreendedorismo	10	23	13	4	31	4
Banco	0	0	2	0	0	0
Empresário com experiência	25	27	23	23	23	23
Familiar/amigo	13	6	2	12	0	4
Instituições de Ensino/ Universidade	8	15	25	0	4	12

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 33: Conhecimento/Perceção das inquiridas sobre de *startups*



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

Tabela 7:Análise do conhecimento percecionado das inquiridas sobre startups (%)

Perceção/Conhecimento	**BR**	**PT**
Não sei o que é uma *startup*	15	11
Sei o que é uma *startup*, entretanto tenho medo de trabalhar com as incertezas do negócio	16	14
Sei o que é uma *startup*, mas interesso-me por negócios mais tradicionais	22	21
Tenho interesse em criar uma *startup*, entretanto não sei por onde começar	14	9
Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria *startup*	1	2
Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria *startup*	2	5
Tenho uma *startup*	16	20
Estou neste momento a criar uma *startup*	3	7
Outro	11	11

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

A seguir se apresentam as variáveis relacionadas às experiências, motivações, barreiras das empreendedoras e adicionalmente sugestões de ações que sugerem de forma a incentivar o empreendedorismo feminino na criação de startups, em que as perguntas realizadas foram através de uma escala Likert de 5 pontos desde discordo totalmente(1) até concordo totalmente (5).

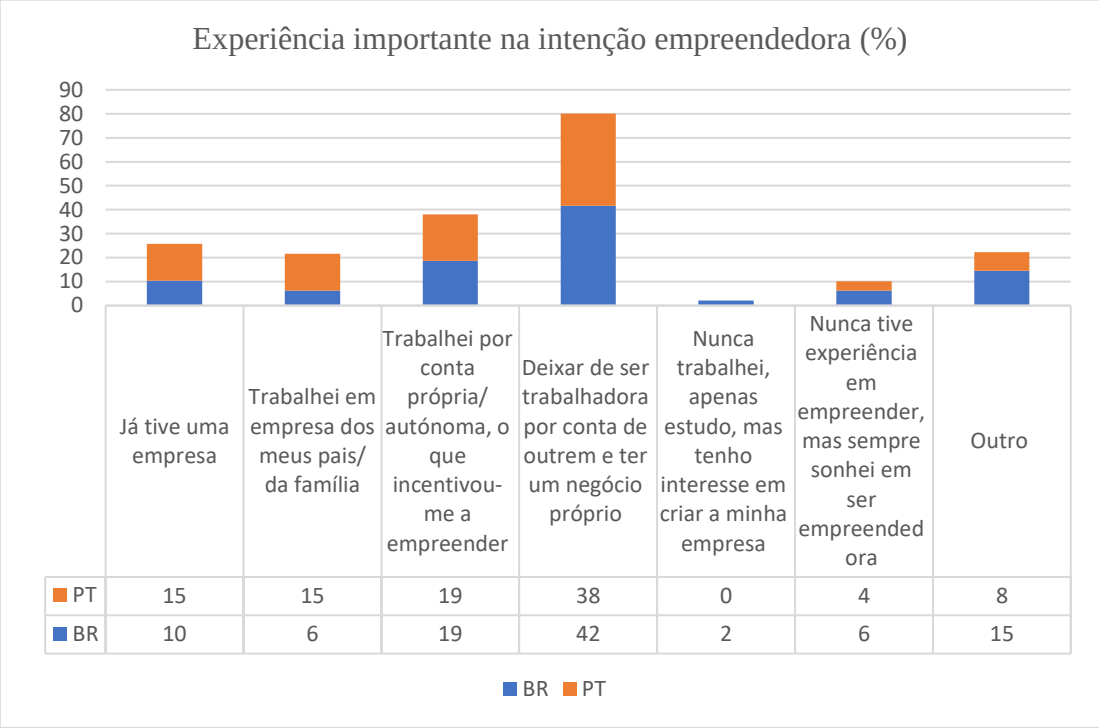
Experiências percecionada:

Das empreendedoras inquiridas no Brasil, 42% informaram que sua intenção empreendedora estava relacionada a deixarem de ser trabalhadoras por conta de outrem e 19% trabalharam por conta própria anteriormente, em Portugal 38% informaram deixar de ser trabalhadoras por contra de outrem, e 19% trabalharam por conta própria o que incetivou a criarem as suas empresas.

Para o cenários das startups, no Brasil 44% informaram deixar de ser trabalhadoras por conta de outrem e 22% informaram que não tinham experiência mas sonhavam em empreender. Já em Portugal 50% informaram deixar de ser trabalhadoras por conta de outrem e 38% informaram que tinham empresa anteriormente.

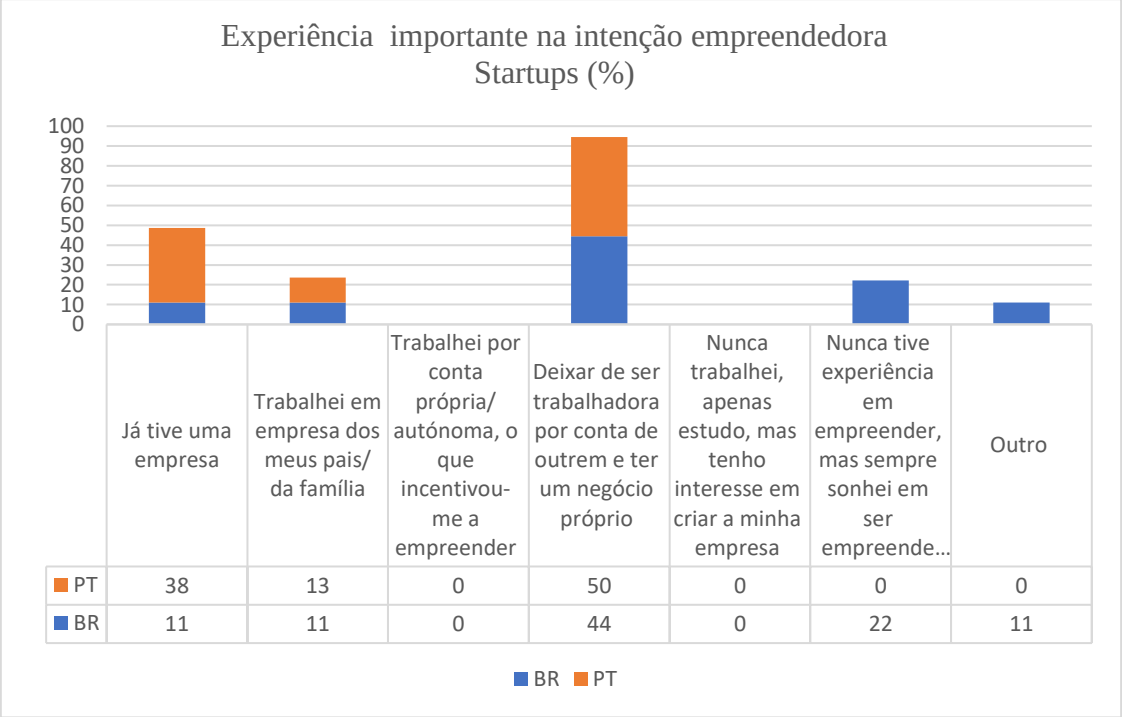
Consideram importante ter uma boa rede de contactos, deixar a insegurança de lado, planear as estratégias e a oportunidade de conciliarem a vida pessoal com a profissional.

Figura 34: Análise das experiências que levaram a criação da empresa Brasil vs Portugal



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 35: Análise das experiências que levaram as empreendedoras *startups* a empreender Brasil vs Portugal



Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa Startup.

Tabela 8: Experiências que ajudaram a constituir a empresa ou na intenção de empreender- BR (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-Costumo planear minhas estratégias	0	4	15	62	19
2-Não planeio, sigo a intuição	18	51	17	11	3
3-Considero/Considerei importante ter uma boa rede de contactos	0	0	6	38	55
4-Considero/Considerei importante deixar de lado a insegurança	0	7	14	49	30
5-Ajudou/Ajudaria a conciliar a vida pessoal com a profissional	0	4	11	51	34

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

Tabela 9: Experiências que ajudaram constituir a empresa ou na intenção de empreender – PT (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-Costumo planear minhas estratégias	0	4	4	68	25
2-Não planeio, sigo a intuição	20	48	23	9	0
3-Considero/Considerei importante ter uma boa rede de contactos	0	2	13	36	50
4-Considero/Considerei importante deixar de lado a insegurança	5	4	11	54	27
5-Ajudou/Ajudaria a conciliar a vida pessoal com a profissional	6	14	9	46	29

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

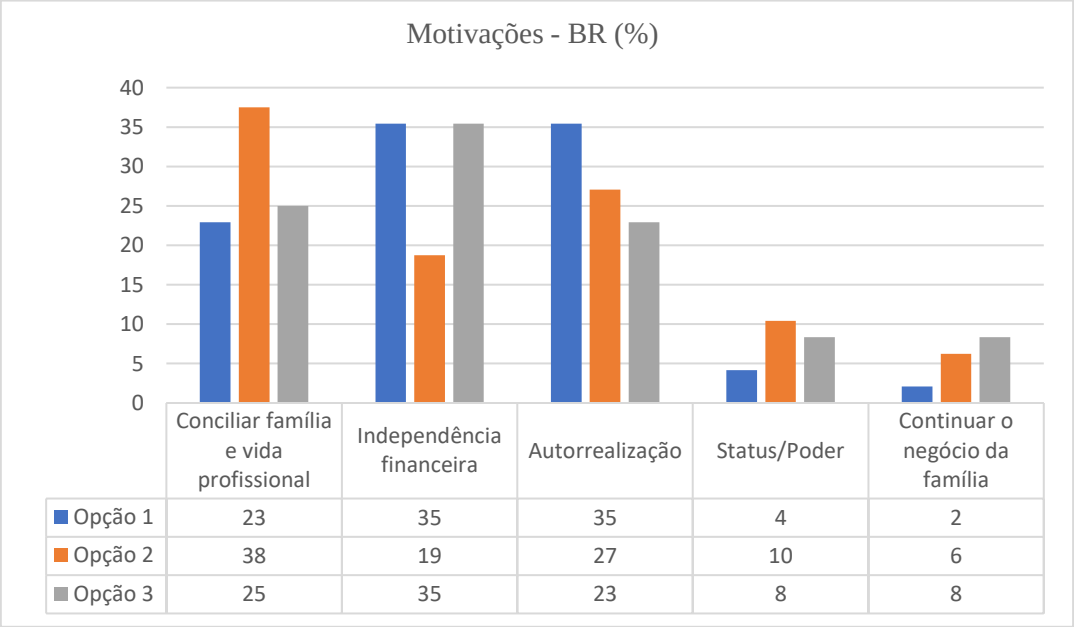
Motivações :

As inquiridas com intenção de emprender ou que empreendem no Brasil em Portugal destacam que procuram ter mais flexibilidade, qualidade de vida, independência financeira, contribuir de forma significativa para a sociedade, criar a própria empresa, criar um novo produto ou serviço não existente no mercado, ter status, poder e liberdade.

No Brasil, as empreendedoras consideram como prioridade a autorrealização e a independência financeira e em Portugal consideram também a autorrealização, principalmente nas startups, onde se destaca com 63% das empreendedoras startups empreendem para se autorealizar.

As empreendedoras de empresas startups tanto no Brasil quanto em Portugal destacam como motivos relevantes para a criação da startup o facto de trabalharem com algo inovador em um ambiente criativo, pois acabam por ter mais agilidade nos processos e com isso mais chances de dar ideias e ser ouvida, a formação académica e a experiência profissional ajudaram na decisão e destacam que suas ideias surgiram com mais pessoas.

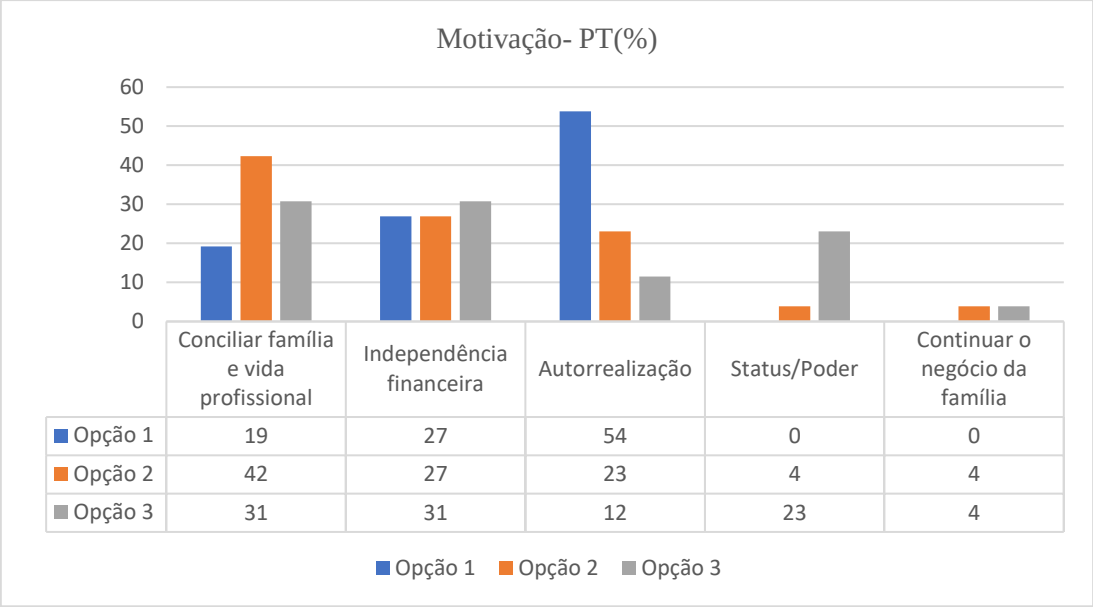
Figura 36: Motivações das inquiridas empreendedoras - Brasil



	Conciliar família e vida profissional	Independência financeira	Autorrealização	Status/Poder	Continuar o negócio da família
Opção 1	23	35	35	4	2
Opção 2	38	19	27	10	6
Opção 3	25	35	23	8	8

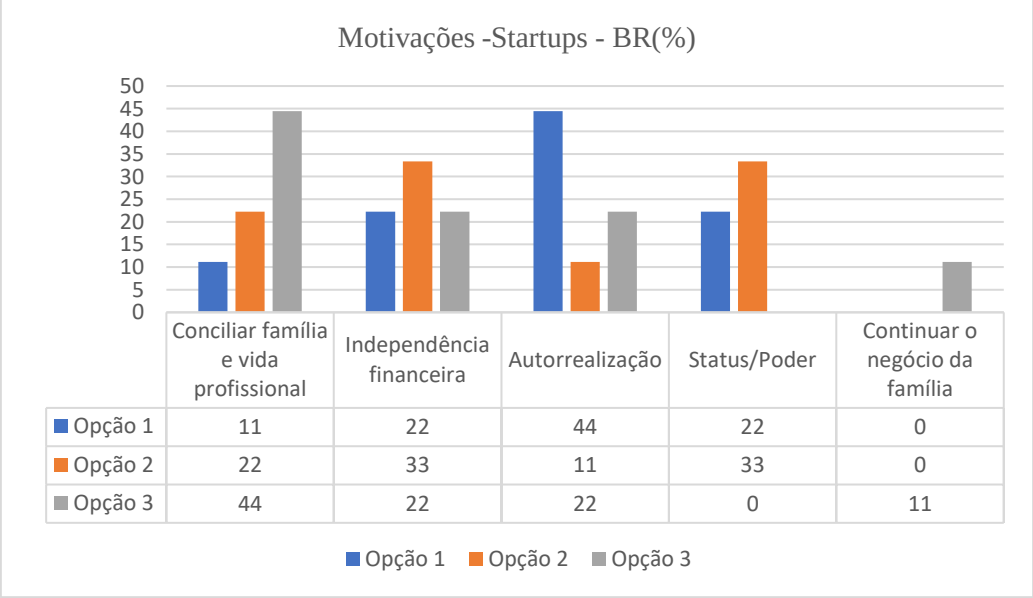
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 37: Motivações das Inquiridas empreendedoras- Portugal



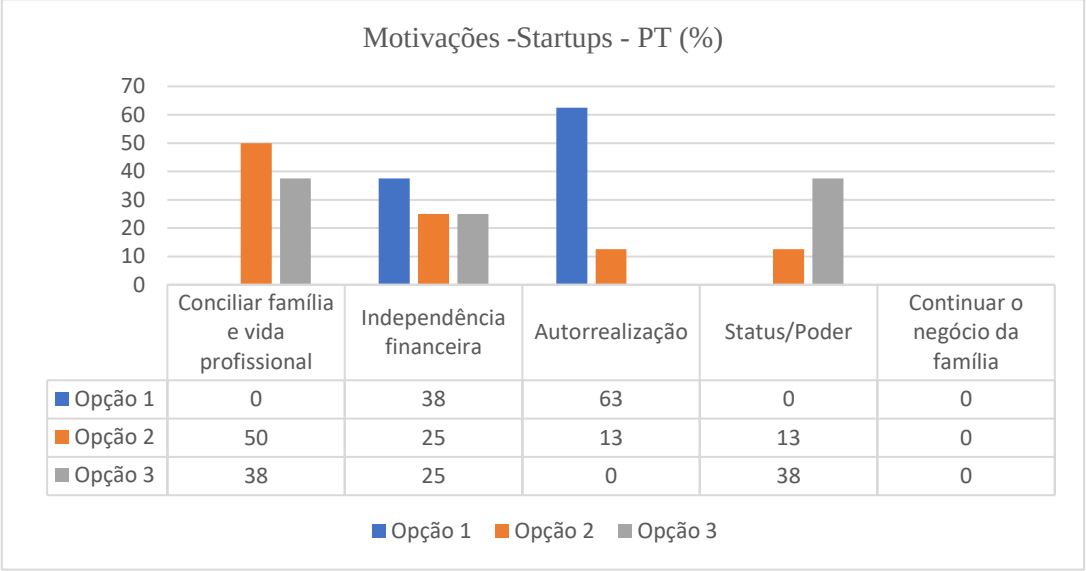
Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa.

Figura 38: Motivações das Empreendedoras *startup* - Brasil



Elaboração Própria.Fonte: Base dados realizado através de inquérito online (contabilizadas apenas as inquiridas que informaram ter uma *startup*).

Figura 39: Motivações das Empreendedoras *startup*- Portugal



Elaboração Própria.Fonte: Base dados realizado através de inquérito online (contabilizadas apenas as inquiridas que informaram ter uma *startup).*

Nas questões abaixo, foram levadas em consideração as respostas que possuíam resultados positivos inclinados para o concordo e concordo totalmente. Algumas respostas tiveram seu valor nulo ou negativo.

Tabela 10: Análise das motivações que levam ou levaram a criação da empresa- Brasil (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-Continuar com o negócio familiar	40	21	23	9	6
2-Ter mais flexibilidade, qualidade de vida	4	4	6	44	41
3-Ter minha independência financeira	2	6	7	41	43
4- Contribuir de forma significativa para a sociedade	0	5	10	38	47
5-Criar minha própria empresa	0	2	6	48	44
6-Criar um produto / serviço, não existente no mercado	2	14	21	37	26
7-Status / poder / liberdade	6	12	15	48	19

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

Tabela 11: Análise das motivações que levam ou levaram a criação da empresa- Portugal (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-Continuar com o negócio familiar	25	18	45	7	5
2-Ter mais flexibilidade, qualidade de vida	4	14	9	38	36
3-Ter minha independência financeira	0	9	14	39	38
4- Contribuir de forma significativa para a sociedade	0	2	7	48	43
5-Criar minha própria empresa	2	0	7	50	41
6-Criar um produto / serviço, não existente no mercado	2	11	13	43	32
7-Status / poder / liberdade	7	9	32	39	13

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

Tabela 12: Análise das motivações que levaram a criação da *statup* – Brasil (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1 - Queria trabalhar com algo inovador e em um ambiente criativo	0	0	11	44	44
2-Tinha uma empresa tradicional e resolvi apostar em um novo negócio através de uma startup	33	33	22	0	11
3-Estudei ou Estudo em Universidade que deu ou dá incentivos à criação de startup	11	33	22	33	0
4-Tive/Tenho experiência dentro de um centro tecnológico o que ajudou a decidir pela criação de uma startup	22	33	11	11	22
5-Minha startup nasceu através de um brainstorming em ambiente empresarial	33	22	11	22	11
6-Minha startup nasceu através de um brainstorming em ambiente académico	22	33	22	11	11
7- Minha formação académica auxiliou na decisão	11	11	11	33	33
8 - Minha experiência profissional auxiliou na decisão	0	0	0	22	78
9 -A ideia partiu de mim, sozinha	22	11	22	0	44
10- A ideia surgiu juntamente com mais pessoas	11	11	22	22	33
11-O ambiente de startups é mais recetivo que o tradicional	0	0	22	22	56
12- Nas startups temos mais agilidade de processos e com isso temos mais chances de dar ideias e ser ouvida	0	0	22	22	56

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa *startup*.

Tabela 13: Análise das motivações que levaram a criação da *startup* – Portugal (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1 - Queria trabalhar com algo inovador e em um ambiente criativo	0	0	0	38	63
2-Tinha uma empresa tradicional e resolvi apostar em um novo negócio através de uma startup	38	13	50	0	0
3-Estudei ou Estudo em Universidade que deu ou dá incentivos à criação de startup	0	13	38	25	25
4-Tive/Tenho experiência dentro de um centro tecnológico o que ajudou a decidir pela criação de uma startup	13	25	38	13	13
5-Minha startup nasceu através de um brainstorming em ambiente empresarial	25	25	50	0	0
6-Minha startup nasceu através de um brainstorming em ambiente académico	13	25	25	13	25
7- Minha formação académica auxiliou na decisão	13	0	13	50	25
8 - Minha experiência profissional auxiliou na decisão	13	0	0	63	25
9 -A ideia partiu de mim, sozinha	25	38	13	0	25
10- A ideia surgiu juntamente com mais pessoas	13	0	13	25	50
11-O ambiente de startup é mais recetivo que o tradicional	0	0	13	38	50
12- Nas startups temos mais agilidade de processos e com isso temos mais chances de dar ideias e ser ouvida	13	13	13	13	50

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa tem intenção em criar uma startup.

Barreiras para empreender:

Um ponto crucial no empreendedorismo feminino são as barreiras encontradas pelas mulheres, de acordo com a amostra analisada foi possível identificar as mesmas barreiras para Brasil e Portugal, sendo estas: a falta de apoio financeiro, a complexidade dos processos administrativos, o medo de falhar, a dificuldade em encontrar recursos humanos apropriados e parceiros chave , falta de conhecimento em como criar um negócio, a incerteza dos ganhos e a possibilidade da empresa ir à falência.

Relativamente às barreiras que as empreendedoras das startups tiveram para criar o seu negócio, foi possível identificar 4 barreiras para as brasileiras, sendo estas: dificuldade em achar parceiros e investidores certos, o que impactou em outras duas barreiras apontadas dificuldade em colocar o produto/serviço no mercado e recursos financeiros apropriados.

No cenário português observa-se que foi uma barreira a falta de conhecimento acerca do que é uma startup, dificuldade em achar recursos humanos apropriados, recursos financeiros apropriados, dificuldade em achar os parceiros e investidores certos.

Os resultados encontrados em ambos os países em termos de barreiras para as startups vai ao encontro dos estudos realizados por (Dana., Laura., A., & Tory, 2017) que aponta que as mulheres tem mais dificuldade de conseguir mais investidores do que os homens, também apontado na pesquisa realizada pelo The Boston Consulting Group, que acrescenta 3 explicações para essa disparidade como: as dúvidas dos investidores relativamente ao conhecimento técnico, as projeções realizadas pelas mulheres e a pouca familiaridade dos investidores homens com os produtos e serviços apresentados pelas fundadoras mulheres. (BCG, 2018)

Contudo, após observar cada ponto da H4, pode-se identificar que quanto mais conhecimento, maior nível de escolaridade, mais habilidades desenvolverem, e maior experiência no ambiente empresarial mais facilidade terão em encontrar seus parceiros chave, investidores, encontrando assim recursos financeiros apropriados, o modelo de negócio mais apropriado, diminuirão o medo de falhar e com isso arriscarão mais.

Tabela 14: Barreiras que implicam/implicaram na criação da empresa- Brasil (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-A falta de apoios financeiros	6	11	19	40	23
2-Dificuldade em encontrar a melhor localização para a empresa	18	31	28	17	6
3-Complexidade dos processos administrativos	10	16	18	37	19
4-Medo de falhar	7	10	16	38	29
5-Preconceito atrelado ao género feminino	28	31	19	14	9
6-Dificuldade em encontrar os recursos humanos apropriados	3	26	26	36	10
7-Falta de conhecimento em como criar um negócio	5	21	27	36	11
8-Dificuldade em encontrar os parceiros chaves para desenvolver minha empresa	2	12	22	48	16
9-A incerteza dos rendimentos	1	10	9	50	31
10-Ter de despender muito tempo e energia	11	39	15	26	10
11-A possibilidade de a empresa ir à falência	10	15	16	40	19
12Não vejo/ não tive barreiras, decidi por empreender e segui	15	20	32	18	15
13Não me vejo como empreendedora	49	32	12	6	1

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

Tabela 15: Barreiras que implicam/implicaram na criação da empresa – Portugal (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-A falta de apoios financeiros	4	11	18	38	30
2-Dificuldade em encontrar a melhor localização para a empresa	21	23	27	25	4
3-Complexidade dos processos administrativos	4	11	18	36	32
4-Medo de falhar	11	14	9	38	29
5-Preconceito atrelado ao género feminino	20	29	30	18	4
6-Dificuldade em encontrar os recursos humanos apropriados	9	9	13	54	16
7-Falta de conhecimento em como criar um negócio	14	18	16	41	11
8-Dificuldade em encontrar os parceiros chaves para desenvolver minha empresa	2	13	14	55	16
9-A incerteza dos rendimentos	0	9	9	59	23
10-Ter de despender muito tempo e energia	14	25	25	21	14
11-A possibilidade de a empresa ir à falência	9	20	25	32	14
12Não vejo/ não tive barreiras, decidi por empreender e segui	7	14	38	29	13
13Não me vejo como empreendedora	45	39	13	0	4

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

Tabela 16: Barreiras que as empreendedoras tiveram na criação de suas *startups* – Brasil (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1 - Falta de conhecimento acerca do que era uma startup	0	33	33	22	11
2-Falta de conhecimento de como constituir uma startup	0	22	44	22	22
3-Dificuldades em achar os parceiros certos	0	44	0	33	22
4-Dificuldade em achar os investidores certos	0	44	0	22	33
5-Insegurança do negócio e aversão ao risco	0	11	33	33	22
6-Falta de programas de incentivos à criação de startups	11	44	33	11	0
7- Instabilidade do negócio	0	33	11	33	22
8 - Falta de conhecimento na área de Inovação	0	44	11	44	0
9 -Dificuldade em enquadrar o produto/ serviço ao mercado	0	11	22	67	0
10-Dificuldade em encontrar recursos humanos apropriados	0	22	33	33	11
11-Dificuldade em conseguir recursos financeiros apropriados	0	22	22	56	0
12- Não tive/ tenho nenhuma barreira	33	22	22	11	11

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa *startup.*

Tabela 17: Barreiras que as empreendedoras tiveram na criação das suas *startups* – Portugal *(%)*

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1 - Falta de conhecimento acerca do que era uma startup	25	0	0	25	50
2-Falta de conhecimento de como constituir uma startup	25	38	13	25	0
3-Dificuldades em achar os parceiros certos	13	13	0	38	25
4-Dificuldade em achar os investidores certos	0	13	0	38	13
5-Insegurança do negócio e aversão ao risco	0	25	25	25	25
6-Falta de programas de incentivos à criação de startups	13	50	38	0	0
7- Instabilidade do negócio	0	13	13	63	13
8 - Falta de conhecimento na área de Inovação	0	38	38	13	0
9 -Dificuldade em enquadrar o produto/ serviço ao mercado	13	38	0	25	0
10-Dificuldade em encontrar recursos humanos apropriados	13	0	13	50	25
11-Dificuldade em conseguir recursos financeiros apropriados	0	0	0	50	50
12- Não tive/ tenho nenhuma barreira	50	25	25	0	0

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa startup.

Pergunta relacionada à intenção e atitude empreendedora

Para ajudar a diminuir as barrerias e incentivar mais mulheres a criar startups foi realizado uma pergunta às inquiridas que tem intenção, estão a criar ou empreendem relacionada a ações que consideram relevantes para a criação de mais startups pelo género feminino. Foi identificado 5 motivos relevantes apontado por ambos os países : incentivos por parte das Instituições de Ensino, incentivos governamentais, romper as barreiras do género e incentivar as mulheres a empreender nas áreas de tecnologia, engenharia, e inovação, as empreendedoras inquiridas também apontaram para ter facilidade de acesso aos investidores externos, todos os pontos vão de encontro com os autores referenciados neste presente estudo.

Tabela 18: Ações que as inquiridas consideram relevantes para a criação de mais *startups* – Brasil (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-Ter mais incentivo por parte das Instituições de Ensino	2	5	11	**49**	**33**
2-Ter mais incentivos governamentais para a criação de startups por mulheres	1	7	9	**48**	**35**
3-Incentivar as mulheres nas áreas de tecnologias / Inovação/Engenharias	0	6	9	**39**	**46**
4-Romper com a barreira ao estereótipo criado a cerca do género nas áreas tecnologia/Inovação/Engenharias	1	5	10	**39**	**45**
5-Ter mais facilidade de acesso aos investidores externos	1	5	12	**49**	**33**
6-Não vejo nada a acrescentar	35	23	31	5	5

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

Tabela 19: Ações que as inquiridas consideram relevantes para a criação de mais *startups* – Portugal (%)

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Não Concordo Nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1-Ter mais incentivo por parte das Instituições de Ensino	0	5	13	**55**	**27**
2-Ter mais incentivos governamentais para a criação de startups por mulheres	2	7	14	**46**	**30**
3-Incentivar as mulheres nas áreas de tecnologias / Inovação/Engenharias	0	2	11	**50**	**36**
4-Romper com a barreira ao estereótipo criado acerca do género nas áreas tecnologia/Inovação/Engenharias	0	2	13	**48**	**38**
5-Ter mais facilidade de acesso aos investidores externos	2	2	7	**48**	**41**
6-Não vejo nada a acrescentar	18	25	41	11	5

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através do inquérito online que possuem empresa, tem intenção ou estão a criar).

4.1 Principais Resultados das Hipóteses

Apresenta-se abaixo na Figura 20 os principais resultados analisados de acordo com as hipóteses deste estudo.

Tabela 20: Apresentação dos principais resultados das hipóteses

Hipóteses	Brasil	Portugal	Tipo de Dados
H1. O envolvimento com o empreendedorismo é superior nos indivíduos do sexo masculino nas fases TEA e TEE	De acordo com os resultados mais atualizados do GEM Confirmado apenas para fase TEE **TEA FEM > TEA MAS** **TEE FEM < TEE MAS**	De acordo com os dados mais atualizados do GEM Confirmado para TEA e TEE **TEA FEM < TEA MAS** **TEE FEM < TEE MAS**	Dados do GEM
H2. O género feminino empreende mais por necessidade do que por oportunidade.	De acordo com os resultados mais atualizados do GEM o género feminino empreende mais por **Necessidade**	De acordo com os resultados mais atualizados do GEM o género feminino empreende mais por **Oportunidade**	
H3. A probabilidade de intenção e ação empreendedora diminui com o aumento da idade do género feminino.	Sim Intenção: 25-34 anos Estão a criar: 25- 34 anos Empreendedora: 25-34 anos Startup: 25-34 anos	Sim Intenção: 35-44anos Estão a criar: 25-34 anos Empreendedora: 35-44 anos Startup: 35-44 anos	Dados do Inquérito
H4. O perfil empreendedor, aliado às habilidades, níveis mais altos de educação e experiência percecionada ajudam a ultrapassar as barreiras e por isso estão associados a uma maior ação empreendedora feminina.	**Sim** 54% = Empresa de Pequeno Porte 19 % = Startup 56% = se consideram Inovadoras Destacam como habilidade importante gerir e planear 60% que tem intenção ou empreendem tem licenciatura e nas empreendedoras das startups destacam-se com níveis mais altos 55% tem mestrado. Das empreendedoras das startups 44% tinham experiência profissional anterior 78% destacam experiência profissional como um apoio na criação da empresa	**Sim** 42% = Empresa de Pequeno Porte 31% = Startup 77% = se consideram Inovadoras Destacam como habilidade importante gerir e planear 59% que tem intenção ou empreendem tem licenciatura e nas empreendedoras das startups 62% tem licenciatura, 25% mestrado e 12,5% doutoramento. Das empreendedoras startups 50% tinham experiência profissional anterior e 38% já tiveram empresa no passado 63% destacam a experiência profissional como um apoio na criação da empresa.	

Elaboração própria. Fonte: Base de dados através dos resultados do GEM e resultados do inquérito online.

5 Conclusão

A evolução da mulher no empreendedorismo vem aumentando cada vez mais e colaborando para o crescimento das economias. Pode-se identificar a partir deste estudo que a mulher tem um envolvimento diferente em cada fase do túnel do empreendedorismo. Neste ponto o Brasil é um dos países com maior paridade de género contribuindo positivamente para os resultados a nível global, embora as mulheres no Brasil enfrentem também barreiras para fazer seus empreendimentos chegarem à fase de amadurecimento, contrariando assim a tendência de os homens serem os mais dinâmicos em todas as geografias analisadas – América do Sul, Brasil, Europa, Portugal e a nível global.

Em Portugal ainda há muita disparidade de género tanto nos negócios iniciais (TEA) quanto em negócios estabelecidos (TEE), contudo houve um aumento na paridade o que demonstra que as mulheres estão a buscar o seu espaço no empreendedorismo.

De acordo com a amostra analisada, a empreendedora no Brasil empreende por necessidade e está situada na faixa etária entre os 25 e 34 anos, são solteiras, não possuem filhos, 56% das empreendedoras são proprietárias de empresas de pequeno porte e 19% possuem uma *startup*, são da área de consultoria. Em Portugal empreendem mais por oportunidade e estão situadas na faixa etária entre 35 e 44 anos, 42% das empreendedoras tem empresa de pequeno porte e 31% possuem uma *startup*, marcam presença na área de tecnologia e inovação.

As inquiridas de uma forma geral buscam mais flexibilidade, qualidade de vida, independência financeira, contribuir de forma significativa para a sociedade, criar a própria empresa, criar um novo produto ou serviço não existente no mercado, ter status, poder e liberdade. No Brasil as inquiridas que possuem empresa priorizam a autorrealização e independência financeira, em Portugal as empreendedoras destacam a autorrealização, principalmente as startups onde 63% são motivadas pela autorrealização.

Em ambos os países, as empreendedoras das startups apontam como motivos relevantes trabalharem com algo inovador em um ambiente criativo, com isso tem mais agilidade nos processos e mais chances de dar ideias e serem ouvidas, a formação académica e a

experiência profissional também ajudaram na decisão por empreender e ainda acrescentam que suas ideias surgiram com mais pessoas.

Já se tratando de barreiras, a empreendedora no Brasil e em Portugal possuem algumas similaridades, sendo estas: falta de apoio financeiro, a complexidade dos processos administrativos, o medo de falhar, a dificuldade em encontrar recursos humanos apropriados e parceiros chave, falta de conhecimento em como criar um negócio, a incertezas dos ganhos e a possibilidade da empresa ir à falência.

No cenário das *startups* destacam a dificuldade em achar parceiros e investidores certos, o que impactou em outras duas barreiras apontadas dificuldade em colocar o produto/serviço no mercado e recursos financeiros apropriados, para Brasil e Portugal, ainda sobre o cenários das *startups* as inquiridas destacaram algumas ações relevantes para a criação de mais *startups* pelo género feminino, sendo estes: incentivos por parte das Instituições de Ensino, incentivos governamentais, romper as barreiras do género e incentivar as mulheres a empreender nas áreas de tecnologia, engenharia, e inovação, as empreendedoras inquiridas também apontaram para ter facilidade de acesso aos investidores externos, indo ao encontro do referenciado no estudo por (Bertolami, Artes, Gonçalves, Hashimoto, & Lazzarini, 2018), que apontam que as mulheres enfrentam barreiras maiores nos primeiros anos de atividade e sugere configurações distintas de recursos para assim diminuir essas barreiras e aumentar a probabilidade de sobrevivências do negócio.

Contudo, o presente estudo permitiu evidenciar que o perfil, aliado ao conhecimento, nível de escolaridade, habilidades e experiência no ambiente empresarial, maior ação empreendedora, pois estes fatores contribuiem para ultrapassar as barreiras do processo empreendedor levando a criação da empresa e ao amadurecimento do negócio, pois terão mais facilidade de encontrar seus parceiros chave, investidores, recursos financeiros apropriados ao modelo de negócios. Também sugere-se mais incentivos e apoio à mulher no ambiente de *startups* para que essas barreiras possam ser ultrapassadas com mais facilidade garantindo mais a presença feminina nesse tipo de negócio.

5.1 Limitações do Estudo

A base de dados do GEM, além de ser um instrumento relevante para análise do empreendedorimo a nível mundial, tem sofrido alterações ao longo do tempo, o que dificulta as comparações em termos temporais. Os próprios critérios utilizados, por exemplo a informação relativamente ao género nas startups em que são contabilizadas todas as empresas nascentes no mesmo cálculo, não detalhando apenas empresas *startups*, em alguns tipos de análise, neste caso a diferenciação em relação ao género, não contribui para o esclarecimento pretendido.

Não foram realizados testes estatísticos em relação às análises realizadas, nem a determinação através de modelos econométricos correlacionando as variáveis, o que permitiria uma análise do grau de relacionamento entre as variáveis analisadas e que constituirá um objetivo para a tese de doutoramento.

A definição da amostra do inquérito, também pode ser considerada um fator limitante tendo em vista o facto de não ser aleatória e de dimensão reduzida, face às limitações de tempo existentes num trabalho desta natureza, o que permite considerar os resultados encontrados apenas para a população em questão.

Entretanto, frente a escassez de estudo relacionando a *startup* no género feminino, o presente estudo servirá de apoio a medidas de incentivo ao empreendedorismo não só nas *startup*s, mas de a aumentar o envolvimento feminino nas fases do túnel/processo empreendedor e com isso aumentar a paridade de género no empreendedorismo.

5.2 Linhas para Investigações Futuras

Pretende-se futuramente aprofundar o estudo sob o olhar das *startups* de forma global, comparando países com economia de necessidade e países com economia de oportunidade, utilizando amostras alargadas e um inquérito focado apenas para o contexto *startup*.

Os resultados desse estudo também poderão ser utilizados para uma análise temporal futura observando se o envolvimento feminino se altera numa fase de intensa mudança tecnológica, como a atual.

Aerts, K., Mathyssens, P., & Vandenbempt. (2007). Technovation. *Critical role and screening practices of European business incubators, 27*(5), pp. 254-267.

Ahl, H. (2006). Theory & Practice. *Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions, 30*(5), pp. 595-621.

Araújo, E. R. (2010). Artigos. *Empreendedorismo e características comportamentais dos empreendedores*. Obtido em 2018, de http://www.administradores.com.br

Arenoudt, R. (2004). Small Business Economics. *Incubators: Tool for Entrepreneurship?, 23*(2), pp. 127-135.

Atomico, & Slush. (2017). *State of European Tech.* Obtido em Setembro de 2018, de file:///C:/Users/HP/Downloads/State_of_European_Tech_2017_FullReport.pdf

Barom, R., & Shane, S. (2007). *Empreendedorismo: uma visãodo processo.* São Paulo: Cengage Learning.

Barradas, I. (2016). *Empreendedorismo no Feminino: Quem são e onde Estão as Mulheres Empreendedoras em Portugal.* Obtido de Sigarra: https://sigarra.up.pt/fep/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=869809

Baumol, W. J. (2004). Small Business Economics. *Entrepreneurial Enterprises, Large Established Firms and Other Components of the Free-Market Growth Machine, 23*(1), pp. 9-21.

BCG. (Junho de 2018). *Why Women-Owned Startups Are a Better Bet*, pp. 1-5. Obtido de https://www.bcg.com/pt-br/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx

Bertolami, M., Artes, R., Gonçalves, P. J., Hashimoto, M., & Lazzarini, S. G. (Junho de 2018). Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital. *22*(3), pp. 311-335. Obtido em Agosto de 2018, de http://www.scielo.br/pdf/rac/v22n3/1982-7849-rac-22-3-0311.pdf

Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company* . K&S Ranch Publishing Division.

Bonnstetter, B. J. (Dezembro de 2012). Harvard Business Review. *The Skills That Make an Entrepreneur*.

Bruneel, J. R. (2012). The evolution of business incubators: comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. *Technovation, 32*(2), 110-121.

Bruyne, P. e. (1991). *Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais.* Rio de Janeiro: Francisco Alves.

Bull, I., & G E, W. (1993). Toward a theory of Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing, 8*, pp. 183-195.

Campos, L. F. (2003). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Em Psicologia.* Campinas: Alínea.

CGEE. (2015). *Mestre e Doutores 2015 :Estudo da demografia da base técnica-científica brasileira.* Obtido em Outubro de 2018, de https://www.cgee.org.br/documents/10195/734063/Apres_CGEE_MD2015_SBPCvfrev.pdf/d50b9e9d-5f0f-4b40-af53-562cf8fa605a

Chen, C.-N. T.-C.-M.-T. (Setembro de 2007). Contemporary Management Research. *The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial, 3*(3), pp. 213-232. Obtido em Agosto de 2018, de http://www.cmr-journal.org/article/viewFile/90/1872

Choo, S., & Wong, M. (2006). Singapore Management Review. *Entrepreneurial Intention:Triggers and Barriers to New Venture Creations in Singapore, 28*(2), pp. 47-65.

Coleman, S., & Robb, A. (2010). Jounal of Technnology Management & Innovation. *A comparision of the new firm financing by gender: evidence from the Kayffman Firm Survey data, 5*, pp. 30-50.

Cuervo, A. R., & Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective, Introduction*, pp. 1-20.

Dana., K., Laura., H., A., C. M., & Tory, H. (27 de Junho de 2017). Harvard Business. *Male and Female Entrepreneurs Get Asked Different Questions by VCs — and It Affects How Much Funding They Get*.

DiGregorio, D., & Shane, S. (2003). Research Policy. *Why do Some Universities Generate More Startups, 32*(2), pp. 209-227.

Farah, O. E., Cavalcanti, M., & P., M. L. (2008). Empreendedorismo Estratégico: Criação e gestão de pequenas empresas.

Figueira, K. K., Horbe Neves, T. A., Katiusciade Vargas S, K. d., Machado, E. C., & Moura, G. L. (30 de 06 de 2017). Startups: Estudo do Processo de Abertura e Gerenciamento. *Revista de Administração da UFSM*, pp. 56-71.

Fonseca, J. (2002). Metodologia de Pesquisa. Fortaleza, Brasil. Obtido em Outubro de 2018, de http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/lapnex/arquivos/files/Apostila_-_METODOLOGIA_DA_PESQUISA%281%29.pdf

Freire, D. A., Corrêa, R., & Ribeiro, H. (2011). Empreendedorismo e Inovação. *Género e empreendedorismo: um olhar sobre a pesquisa do G.E.M - Global Enterpreneurship Monitor*, p. 20.

Frota, E. d., Nascimento, J., & Lucas, M. (2014). Fórum de Administração. *O empreendedorismo Feminino e a sua presença nas MPE´S, 6*(1).

Gass, H. d. (2013). O comportamento empreendedor feminino no Rio Grande do Sul. 120. Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Obtido em 18 de julho de 2018, de http://www.lume.ufrgs.br

GEM. (2010). *Empreendedorismo no Brasil.* Curitiba.

GEM. (2016). *Empreendedorismo no Brasil.* Relatório, Curitiba.

GEM. (2016). *GEM.* Curitiba.

GEM, S. R. (2016/2017). *Women's Entrepreneurship 2016/2017.* Obtido de http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03gem-womens-2016-2017.pdf

Gomes, A. F. (Setembro de 2005). Revista de gestão USP. *O outro no trabalho: mulher e gestão, 12*(3), pp. 1-9. Obtido em Agosto de 2018, de http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36522/39243

Grilo., & Thurik.R. (2008). Industrial & Corporate Change. *Determinants of Entrepreneurial engagement levels in Europe and the US, 17*, pp. 1113-1145.

Hamdani, D. (Julho de 2006). Science, Innovation and Electronic Information Division. *Conceptualizing and Measuring*, pp. 7-17.

Hamilton, L., & Klerk, N. (2016). Internacional Journal of Business and Management Studies. *Gneration y female student´s motivation towards entrepreneurship, 8*(2).

Hanson, S. (2009). Economic Geography. *Chaipnging places through women`s entrepreneursh, 85*(3), pp. 245 - 267.

Herbert, R. F., & A N, L. (1989). Small Business Economics. *In Search of the Meaning of Entrepreneuship, 1*(1), pp. 39-49.

Hill, M., & Hill, A. (2005). *Investigação por questionário.* Lisboa: Sílabo.

Hughes, K. D. (2012). Entrepreneurship Theory and Practice. *Extending Women´s entrepreneuship research in new directions, 36*(3), pp. 429-442.

Kelley, D., & P., B. C. (2015). *Special Report: Women´s Entrepreneurship.* GEM.

Langowitz, N., & Minittti, M. (s.d.). 2007. *The enterpreneurial propensityof women, Entrepreneurship Theory and Practice, 30*(1), pp. 341-364.

Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J., & Palich, L. (2011). *Administração de pequenas empresas.* São Paulo: Cengage Learning.

Machado, C. G., Cruz, D., Flavia., C., & Silva, L. (2015). Revista de Administração. *Empreendedorismo em cenários complexos:uma visão da realidade atual e futura no Brasil a partir de análise comparativa*, pp. 153-165.

Machado, H. V. (2003). O processo de criação de empresas por mulheres. *RAE eletrónica, 2*, pp. 1-22.

Malhotra, N. K. (1996). *Marketing Research: An applied orientation.* Prentice Hall.

Martinho, S. I. (2012). Dissertação de Mestrado. *Empreendedorismo feminino: motivações, características e obstáculos das mulheres empreendedoras em Portugal*, 50. Covilhã, Portugal.

Minitti, M. (2010). Female Entrepreneurship and Economic Activity. European. *Journal of Development Research, 22*(3), 294-312.

Morris, M. H., Lewis, P., & Sexton, D. (1994). Sam Advanced Management Journal. *Reconceptualizing Entrepreneuriship: An Input-Output Perspetive, 59*(1).

Nagamatsu, F., Barbosa, J., & Rebecchi, A. (2013). *A Business Model Generation e as contribuições na abertura de startups.* São Paulo.

Okafor, C., & Amalu, R. (2010). Economic Sciences Series. *Entrepreuneurial motivations as determinants of women entrepreneurship challenges, LXII*(2), pp. 67-77.

Perovano, G. (2014). *Manual de metodologia científica: para segurança pública e defesa social.* (1 ed.). São Paulo: Jurua Editora.

Raina, S. (2016). Harvard Business. *The Gender Gap in Startup Success Disappears When Women Fund Women*. Obtido de https://hbr.org/2016/07/research-the-gender-gap-in-startup-success-disappears-when-women-fund-women

Santos, L. A. (Junho de 2014). *Empreendedorismo feminino em Portugal.* Obtido de Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto: http://hdl.handle.net/10400.22/6635

Sarri, K., & Trihopoulou, A. (2005). Women in Management Review. *Female Entrepreneurs Personal Characteristics and motivation: a reviwe of the Greek situation, 20*(1 / 2), pp. 25-36.

Schumpeter, J. (1983). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Porfits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle.* New Brunswick: Transaction Books.

Silva, E. G. (2007). Psicologia & Sociedade. *Empreendedorismo Feminino : tecendo a trama de demandas conflitantes, 19*(1).

Silva, M., Emerson., M., & Lasso, S. (2016). Gestão e Desenvolvimento. *Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil, 13*(2), pp. 150-167.

Silva, R. G. (2009). Empreendedorismo Tecnológico.

Souza, M. J., Trindade, F., & Freire, R. (2010). Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte. *Empreendedorismo sob o enfoque de diferentes perspectivas teóricas*.

Strobino, M. .., & Teixeira, R. M. (2017). Revista de Administração. *Empreendedorismo feminino e o confilto trabalho-família: estudo de multicados no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba, 19*(1), pp. 59-76.

Sutton, R., & Huggy, R. (2014). *Scaling Up Excellence: Getting to More Without Settling for Less.* Crown Business.

Teixeira, R. M., & Bonfim, L. C. (2016). Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. *Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para concilar os conflitos de trabalho e família: estudos de casos múltiplos em agências de viagem, 10*(1), pp. 44-64.

Tuckman, B. (2000). *Manual de Investigação*.

Vale, G. M., Serafim, A. C., & Teodósio, A. d. (2011). Gênero, Imersão e Empreendedorismo : Sexo Frágil, Laços Fortes? *Revista de Administração Comtemporânea, 15*(4), 631.

Weilsh, D. H. (2014). Saudi Women Entrepreuners : a growing economic segment. *Jornal of Business Research, 67*, pp. 758-762.

Welsh, D. H. (2014). Saudi women entrepreneus: a growing economic segment. *Journal of Business Research, 67*(5), 758-762.

Apêndice I -Países participantes do GEM 2010 e do GEM 2015

ANO 2010						
Continente	**Países**	**Respondentes Pop.18-64 anos**		**Continente**	**Países**	**Respondentes Pop.18-64 anos**
AFR	Angola	2131		**EUR**	Azores	1010
	Egypt	2769			Belgium	1578
	Ghana	2437			Bosnia and Herzegovina	2000
	South Africa	2800			Croatia	1614
	Tunisia	1999			Denmark	1957
	Uganda	2265			Finland	2006
	Zambia	2011			France	1607
Nº países		7			Germany	5552
Quant. Total		16412			Greece	1996
AMNOR	Costa Rica	2003			Hungary	2000
	Guatemala	2280			Iceland	1684
	Jamaica	2287			Ireland	2000
	Mexico	2525			Italy	2995
	United States	2880			Latvia	2001
Nº países		5			Macedonia	2002
Quant. Total		11975			Montenegro	2000
AMSUL	Argentina	1700			Netherlands	2359
	Bolivia	3524			Norway	1528
	Brazil	1997			Portugal	2002
	Chile	6236			Romania	1669
	Colombia	11025			Russia	1736
	Ecuador	2077			Slovenia	3012
	Peru	2108			Spain	26386
	Trinidad and Tobago	1826			Sweden	2271
	Uruguay	1635			Switzerland	1619
Nº países		9			Turkey	2401
Quant. Total		32128			United Kingdom	2291
ASIA	China	3677		Nº países		27
	Iran	3345		Quant. Total		81276
	Israel	2007		**OCE**	Australia	1705
	Japan	1906			Vanuatu	1112
	Korea	2001		Nº países		27
	Malaysia	2004		Quant. Total		2817
	Pakistan	1980		**Total Geral**	**Nº países**	**60**
	Saudi Arabia	1957		**Total Geral**	**Quant. Total**	**167478**
	Taiwan	2001				
	West Bank & Gaza Strip	1992				
Nº países		10				
Quant. Total		22870				

ANO 2015					
Continente	**Países**	**Respondentes Pop.18-64 anos**	**Continente**	**Países**	**Respondentes Pop.18-64 anos**
AMNOR	USA	2683	**EUR**	Belgium	2022
	Barbados	2000		Bulgaria	2001
	Canada	2933		Croatia	2000
	Guatemala	2181		Estonia	2002
	Mexico	4643		Finland	2007
	Panama	2000		Germany	3842
	Puerto Rico	1999		Greece	2000
Nº países		7		Hungary	2000
Quant. Total		18439		Ireland	2001
AFR	Botswana	2200		Italy	2000
	Burkina Faso	2325		Latvia	2004
	Cameroon	2397		Luxembourg	2016
	Egypt	2512		Macedonia	1998
	Morocco	2061		Netherlands	1754
	Senegal	2363		Norway	2000
	South Africa	2765		Poland	2000
	Tunisia	1946		Portugal	2005
Nº países		8		Romania	2002
Quant. Total		18569		Slovakia	2003
AMSUL	Argentina	2519		Slovenia	2009
	Brazil	2000		Spain	24300
	Chile	5407		Sweden	3716
	Colombia	3686		Switzerland	1886
	Ecuador	1931		United Kingdom	7886
	Peru	2078	Nº países		24
	Uruguay	1742	Quant. Total		79454
Nº países		7	Nº países		60
Quant. Total		19363	Quant. Total		172983
ASIA	China	3365	**OCE**	Australia	1770
	India	3413	Nº países		1
	Indonesia	5620	Quant. Total		1770
	Iran	3234			
	Israel	2055	Nº países		60
	Kazakhstan	2101	Quant. Total		172983
	Korea	2000	**Total Geral**	**Nº países**	120
	Lebanon	2600	**Total Geral**	**Quant. Total**	340461
	Malaysia	2000			
	Philippines	2000			
	Taiwan	2000			
	Thailand	3000			
	Vietnam	2000			
Nº países		13			
Quant. Total		35388			

Apêndice II - Inquérito

Empreendedorismo Feminino

Seja muito Bem Vinda!

Este questionário faz parte de um estudo detalhado sobre o perfil, a intenção e atitude empreendedora do género feminino.

O questionário tem o tempo de 10 minutos apenas!

Sua contribuição será importante para que possamos cada vez mais maximizar o empoderamento feminino.

Obs. Para que este estudo seja concluído com sucesso é necessário que responda todas as perguntas obrigatórias.

Existem 33 perguntas neste inquérito

Identificação do participante

1 [1.Identificação]Idade: *

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

2 [1.2]Nacionalidade: *

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

3 [1.2.1]País que reside: *

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Brasil
- ○ Portugal
- ○ Outro

4 [1.3]Cidade que vive: *

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

5 [1.4]Cidade que trabalha ou Estuda(em caso de apenas estudar): *

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

6 [1.5]Educação (atual): *

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ 1º Ciclo (PT)
- ○ Secundário (PT)
- ○ Estudante de Licenciatura
- ○ Estudante de Mestrado
- ○ Estudante de Doutoramento
- ○ Licenciatura(PT)
- ○ Mestrado
- ○ Doutorado/Phd

7 [1.6]Área de Formação: *

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Exatas /Gestão
- ○ Sociais/Humanas
- ○ Saúde e Bem Estar
- ○ Tecnologias/Engenharias
- ○ Não se aplica
- ○ Outro

8 [1.7]Género: *

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Feminino
- ○ Feminino , mas considero-me do género Masculino
- ○ Masculino
- ○ Masculino , mas considero-me do género Feminino

9 [1.8]Agradecemos a sua participação. Este questionário tem o foco somente no género Feminino, indicado nas opções 1 e 2 desta pergunta.

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A3'Masculino' ou 'Masculino , mas considero-me do género Feminino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A4'Masculino' ou 'Masculino , mas considero-me do género Feminino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

10 [1.9]Estado Civil : *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Solteira sem filhos
- ○ Solteira com filhos
- ○ Casada sem filhos
- ○ Casada com filhos
- ○ Divorciada/Separada sem filhos
- ○ Divorciada/Separada com filhos
- ○ Viúva sem filhos
- ○ Viúva com filhos

Intenção Empreendedora

11 [2.]Já pensou em criar a sua própria empresa? *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Não tenho interesse
- ○ Não , apenas estudo
- ○ Sim tenho interesse
- ○ Sim, mas não sei por onde começar
- ○ Tenho interesse após finalizar os estudos
- ○ Sim estou atualmente a criar uma empresa
- ○ Sou empresária

12 [2.1]Indique qual o tipo de empresa que atua: *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A7'Sou empresária' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Startup
- ○ Empresa familiar
- ○ Empresa de pequeno porte
- ○ Empresa de médio porte
- ○ Empresa de grande porte
- ○ Outro [ ]

13 [2.2]

Que tipo de empreendedora se considera?

*

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A7'Sou empresária' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Inovadora / por oportunidade
- ○ Tradicional/ por necessidade
- ○ Sou empreendedora, mas não consigo identificar o tipo
- ○ Não considero-me empreendedora

14 [2.3]Quantos colaboradores sua empresa tem? *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A7'Sou empresária' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Até 10
- ○ 11 a 30
- ○ 31 a 50
- ○ 51 a 100
- ○ 101 a 200
- ○ Acima de 200
- ○ Trabalho sozinha

15 [3.]

Qual a área de interesse / ou a área que atua a sua empresa?

*

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
" Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Economia e Gestão
- ○ Educação
- ○ Saúde e Bem estar
- ○ Consultoria
- ○ Tecnologia e Inovação/Engenharia
- ○ Construção/Reparação
- ○ Alimentar/Restauração
- ○ Não tenho interesse em nenhuma área , não acho que sou empreendedora
- ○ Outro [ ]

16 [3.1]Qual foi a fonte de financiamento para a criação de sua empresa? *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
" Resposta era A7'Sou empresária' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Recursos próprios
- ○ Empréstimo familiar ou de amigos
- ○ Empréstimo do Banco
- ○ Herdei da família
- ○ Programa do Governo
- ○ Investidores externos
- ○ Outro [ ]

17 [3.2]Qual a habilidade que julgou ser importante para a criação de sua empresa? *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
" Resposta era A7'Sou empresária' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, numere cada caixa pela ordem da sua preferência de 1 a 7

- [ ] Gestão de Pessoas
- [ ] Financeira/Contabilidade
- [ ] Jurídica
- [ ] Marketing/Comercial
- [ ] Tecnologia/Inovação/Engenharia
- [ ] Operações/Logística
- [ ] Gestão e Planeamento

18 [3.3]Em ordem de importância qual a habilidade que necessitou desenvolver para seguir empreendendo? *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
" Resposta era A7'Sou empresária' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, numere cada caixa pela ordem da sua preferência de 1 a 6

- [ ] Gestão de Pessoas
- [ ] Contabilística/Financeiro
- [ ] Marketing/ Comercial
- [ ] Tecnológica/Inovação/Engenharia
- [ ] Jurídica
- [ ] Logística/Operações

19 [3.4]Sobre minha intenção de empreender, destaco: *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta NÃO era A3'Masculino , mas considero-me do género Feminino' ou 'Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta NÃO era A4'Masculino , mas considero-me do género Feminino' ou 'Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta NÃO era A1'Não tenho interesse' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Já tive uma empresa
- ○ Trabalhei em empresa dos meus pais/ da família
- ○ Trabalhei por conta própria/ autónoma, o que incentivou-me a empreender
- ○ Deixar de ser trabalhadora por conta de outrem e ter um negócio próprio
- ○ Nunca trabalhei, apenas estudo, mas tenho interesse em criar a minha empresa
- ○ Nunca tive experiência em empreender, mas sempre sonhei em ser empreendedora
- ○ Outro [ ]

20 [4.]Em ordem de importância, indique as motivações para a criação de sua empresa ? *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta era A7'Sou empresária' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, numere cada caixa pela ordem da sua preferência de 1 a 5

- [ ] Conciliar família e vida profissional
- [ ] Independência financeira
- [ ] Autorrealização
- [ ] Status/Poder
- [ ] Continuar o negócio da família

21 [5.]Atualmente, quem parece-lhe a melhor pessoa/entidade para aconselhar sobre a criação de empresas? *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, numere cada caixa pela ordem da sua preferência de 1 a 8

- [ ] Advogado/contabilista/consultor privado
- [ ] Associação comercial/ clube de empresários
- [ ] Organismo público de apoio às empresas
- [ ] Unidade de transferência e tecnologia/ apoio ao Empreendedorismo
- [ ] Banco
- [ ] Empresário com experiência
- [ ] Familiar / amigo
- [ ] Instituições de Ensino/Universidades

Atitude Empreendedora

As próximas questões a inquerida irá de indicar de que forma entende que as seguintes informações impactam a sua intenção de empreender ou na sua atitude empreendedora.

Em cada frase, deverá marcar com um X a opção que melhor adequa-se à sua realidade. Observe a escala apresentada: 1 = Discordo totalmente, 2= Discordo, 3 = Não concordo, nem discordo/ ou Não se Aplica(Quando a questão não tiver uma resposta válida), 4= Concordo , e 5 = Concordo Totalmente.

22 [6.]Indique de que forma as barreiras implicam/ implicaram para a criação de sua empresa/ ou na sua intenção de empreender: *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta NÃO era A1'Não tenho interesse' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo/Não se aplica	Concordo	Concordo Totalmente
A falta de apoios financeiros	○	○	○	○	○
Dificuldade em encontrar a melhor localização para a empresa	○	○	○	○	○
Complexidade dos processos administrativos	○	○	○	○	○
Medo de falhar	○	○	○	○	○
Preconceito atrelado ao género feminino	○	○	○	○	○
Dificuldade em encontrar os recursos humanos apropriados	○	○	○	○	○
Falta de conhecimento em como criar um negócio	○	○	○	○	○
Dificuldade em encontrar os parceiros chaves para desenvolver minha empresa	○	○	○	○	○
A incerteza dos rendimentos	○	○	○	○	○
Ter de despender muito tempo e energia	○	○	○	○	○
A possibilidade de a empresa ir à falência	○	○	○	○	○
Não vejo/ não tive barreiras, decidi por empreender e segui.	○	○	○	○	○
Não me vejo como empreendedora	○	○	○	○	○

23 [7.]Em relação às motivações que levaram ou levariam a criar a minha empresa, identifico a intenção de ... *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) e Resposta NÃO era A1'Não tenho interesse' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo/Não se aplica	Concordo	Concordo Totalmente
Continuar com o negócio familiar	○	○	○	○	○
Ter mais flexibilidade, qualidade de vida	○	○	○	○	○
Ter minha independência financeira	○	○	○	○	○
Contribuir de forma significativa para a sociedade	○	○	○	○	○
Criar minha própria empresa	○	○	○	○	○
Criar um novo produto / serviço, não existente no mercado	○	○	○	○	○
Status / poder / liberdade	○	○	○	○	○

24 [8.]O interesse na criação do meu próprio negócio poderia ser mais estimulado se a Instituição de Ensino... *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo/Não se aplica	Concordo	Concordo Totalmente
Conscientizasse mais sobre o empreendedorismo como uma possível opção de carreira	○	○	○	○	○
Fornecesse aos alunos ideias para criarem os seus próprios negócios	○	○	○	○	○
Disponibilizasse licenciaturas/ cursos superiores ou mestrados mais práticos	○	○	○	○	○
Disponibilizasse projetos de trabalho em empreendedorismo	○	○	○	○	○
Organizasse conferências/Workshop sobre o empreendedorismo	○	○	○	○	○
Aproximasse os alunos das redes de contatos necessárias para se começar um negócio	○	○	○	○	○
Promovesse o estímulo à criação de Startups	○	○	○	○	○
Nenhuma ação motivaria-me a criar uma empresa	○	○	○	○	○

25 [9..]Sobre a experiência em constituir minha empresa/ ou minha intenção de empreender, destaco os seguintes pontos ... *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta NÃO era A1'Não tenho interesse' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo/Não se aplica	Concordo	Concordo Totalmente
Costumo planear minhas estratégias	○	○	○	○	○
Não planeio, sigo a intuição	○	○	○	○	○
Considero/ considerei importante ter uma boa rede de contatos	○	○	○	○	○
Considero / considerei importante deixar de lado a insegurança	○	○	○	○	○
Ajudou/ajudaria a conciliar a vida pessoal com a profissional	○	○	○	○	○

26 [10.]Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que: *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta NÃO era A1'Não tenho interesse' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ○ Não sei o que é uma startup
- ○ Sei o que é uma startup, entretanto tenho medo de trabalhar com as incertezas do negócio
- ○ Sei o que é uma startup, mas interesso-me por negócios mais tradicionais
- ○ Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar
- ○ Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup
- ○ Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup
- ○ Tenho uma startup
- ○ Estou neste momento a criar uma startup
- ○ Outro [ ]

27 [10.1]Os motivos que fizeram eu optar pela criação de uma startup foram: *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era 4'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' ou 'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 5'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' ou 'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 6'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' ou 'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 7'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' ou 'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 8'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' ou 'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:)

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo/Não se aplica	Concordo	Concordo Totalmente
Queria trabalhar com algo inovador e em um ambiente criativo	○	○	○	○	○
Tinha uma empresa tradicional e resolvi apostar em um novo negócio através de uma startup	○	○	○	○	○
Estudei ou Estudo em Universidade que deu ou dá incentivos à criação de startup	○	○	○	○	○
Tive/Tenho experiência dentro de um centro tecnológico o que ajudou - me a decidir pela criação de uma startup	○	○	○	○	○
Minha startup nasceu através de um braimstorming em ambiente empresarial	○	○	○	○	○
Minha startup nasceu através de um braimstorming em ambiente acadêmico	○	○	○	○	○
Minha formação acadêmica auxiliou na decisão	○	○	○	○	○
Minha experiência profissional auxiliou na decisão	○	○	○	○	○
A ideia partiu de mim, sozinha	○	○	○	○	○
A ideia surgiu juntamente com mais pessoas	○	○	○	○	○
O ambiente de startups é mais receptivo que o tradicional	○	○	○	○	○
Nas startups temos mais agilidade de processos e com isso temos mais chances de dar ideias e ser ouvida	○	○	○	○	○

28 [10.2]No que diz respeito as barreiras em criar a minha startup destaco: *

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era 4'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' ou 'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 5'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' ou 'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 6'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' ou 'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 7'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não sei por onde começar' ou 'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:) **e** Resposta era 8'Sou licenciada e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Sou estudante e tenho interesse em criar minha própria startup' ou 'Tenho interesse em criar uma startup, entretanto não se por onde começar' ou 'Estou neste momento a criar uma startup' ou 'Tenho uma startup' na pergunta '26 [10.]' (Sobre criar uma empresa, através de uma startup, destaco que:)

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo/Não se aplica	Concordo	Concordo Totalmente
Falta de conhecimento a cerca do que era uma startup	○	○	○	○	○
Falta de conhecimento de como constituir uma startup	○	○	○	○	○
Dificuldades em achar os parceiros certos	○	○	○	○	○
Dificuldade em achar os investidores certos	○	○	○	○	○
Insegurança do negócio e aversão ao risco	○	○	○	○	○
Falta de programas de incentivos à criação de startups	○	○	○	○	○
Instabilidade do negócio	○	○	○	○	○
Falta de conhecimento na área de inovação	○	○	○	○	○
Dificuldade em enquadrar o produto/ serviço ao mercado	○	○	○	○	○
Dificuldade em encontrar recursos humanos apropriados	○	○	○	○	○
Dificuldade em conseguir recursos financeiros apropriados	○	○	○	○	○
Não tive/ tenho nenhuma barreira	○	○	○	○	○

29 [10.3]

Para que o género feminino possa criar mais startups , considero importante as seguintes ações:

*

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta NÃO era A3'Masculino , mas considero-me do género Feminino' ou 'Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta NÃO era A4'Masculino , mas considero-me do género Feminino' ou 'Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta NÃO era A1'Não tenho interesse' na pergunta '11 [2.]' (Já pensou em criar a sua própria empresa?)

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo/ Não se Aplica	Concordo	Concordo Totalmente
Ter mais incentivo por partes das Instituições de Ensino	○	○	○	○	○
Ter mais incentivos governamentais para a criação de startups por mulheres	○	○	○	○	○
Incentivar as mulheres nas áreas de tecnologias / Inovação/Engenharias	○	○	○	○	○
Romper com a barreira ao esteriótipo criado a cerca do género nas áreas tecnologia/Inovação/Engenharias	○	○	○	○	○
Ter mais facilidade de acesso aos investidores externos	○	○	○	○	○
Não vejo nada a acrescentar	○	○	○	○	○

Assuntos de seu interesse

30 [11.]

Gostaria de participar de futuros eventos sobre o empreendedorismo feminino?

*

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

○ Sim
○ Não

31 [11.a]Indique seu e-mail para contato:

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era Y"Sim' na pergunta '30 [11.]' (Gostaria de participar de futuros eventos sobre o empreendedorismo feminino?)

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

31 [11.a]Indique seu e-mail para contato:

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era Y"Sim' na pergunta '30 [11.]' (Gostaria de participar de futuros eventos sobre o empreendedorismo feminino?)

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

32 [11.1]

Quais os assuntos que gostaria que fossem abordados em futuros eventos?

*

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, seleccione **no máximo** 3 respostas:

☐ Gestão de negócios
☐ Ferramentas práticas para gestão
☐ Ouvir cases de sucesso
☐ Gestão do tempo
☐ Todos os assuntos interessa-me
☐ Networking
☐ Como criar uma marca
☐ Como abrir uma empresa
☐ Como enfrentar o medo e a insegurança
☐ Outro:

33 [11.2]

A sua opinião é muito importante, por isso reservamos este espaço para comentários/ ou sugestões relativamente ao empreendedorismo feminino.

Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:
* Resposta era A1'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:) **e** Resposta era A2'Feminino' ou 'Feminino , mas considero-me do género Masculino' na pergunta '8 [1.7]' (Género:)

Por favor, escreva aqui a sua resposta: