



EMPREENDEDORISMO FEMININO EM PORTUGAL

Liliana Adelina Neto dos Santos

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

Orientada por Prof. Doutora Maria Clara Dias Pinto Ribeiro

S. Mamede de Infesta, Novembro de 2014



EMPREENDEDORISMO FEMININO EM PORTUGAL

Liliana Adelina Neto dos Santos

Orientada por Prof. Doutora Maria Clara Dias Pinto Ribeiro

S. Mamede de Infesta, Novembro de 2014



RESUMO

O empreendedorismo é um fenómeno internacional cada vez mais estudado, sendo muitas vezes entendido como uma aposta para a criação de emprego e conseqüentemente conducente ao crescimento económico.

Este trabalho de investigação tem como objetivo fundamental abordar a problemática relacionada com o género e o empreendedorismo na sociedade portuguesa. Trata-se de um tema atual e ainda são conhecidos poucos trabalhos empíricos que abordem esta temática. Pretende-se explicitar o conceito de empreendedor, as diferenças comportamentais e sociais entre os géneros feminino e masculino enquanto empreendedores e identificar mulheres portuguesas empreendedoras. Para isso, realiza-se uma análise empírica da problemática com base nos dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em Portugal para os anos 2007 a 2012.

Optou-se por uma metodologia qualitativa, de estudo de caso múltiplo, sendo o instrumento de recolha de dados a entrevista semiestruturada.

Posteriormente procedeu-se à análise do conteúdo das entrevistas realizadas, reunindo-se os dados das diversas fontes e comparando-os com os dados teóricos recolhidos. A amostra deste estudo envolveu oito participantes – mulheres portuguesas empreendedoras em diferentes ramos de negócio.

Relativamente aos resultados obtidos, constatou-se que a maioria das entrevistadas tem familiares empreendedores, sendo o pai a figura apontada como a impulsionadora da atividade empreendedora. Verificou-se, ainda, que o desejo de realização pessoal e independência são os principais fatores motivadores de trabalhar por conta própria.

Como conclusão e baseado nos resultados obtidos, podemos ainda referir que nenhuma empreendedora sentiu ou sente qualquer discriminação ou desigualdade de género sendo mulher empreendedora em Portugal.

Palavras-chave: EMPREENDEDORISMO, GÉNERO, MULHER, PORTUGAL.



ABSTRACT

Entrepreneurship is an international phenomenon increasingly studied, being often understood as a bet for job creation and therefore conducive to economic growth.

This research aims to address the fundamental problems related to gender and entrepreneurship in the Portuguese society. This is a current topic and few empirical studies that address this issue are known. It is intended to clarify the concept of entrepreneur, social and behavioural differences between female and male genders as entrepreneurs and identify Portuguese women entrepreneurs. Thus, an empirical analysis of the problem has been made based on data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) in Portugal for the years 2007 to 2012.

An option has been made for a qualitative methodology, of multiple case study, being the data collection instrument the semi-structured interview.

Subsequently I proceeded to the analysis of the content of the interviews, gathering data from various sources and comparing them with the theoretical data collected. The sample of this study involved eight participants – Portuguese women entrepreneurs in different branches of business.

In relation to the results obtained, it was found that most respondents have family entrepreneurs, being the father figure singled out as the driver of entrepreneurial activity. It was found that the desire for personal fulfilment and independence are the main motivating factors to work on their own.

As a conclusion, and based on the results obtained, we can still say that no entrepreneur felt or feels any discrimination or gender inequality being an entrepreneur woman in Portugal.

Keywords: ENTREPRENEURSHIP, GENDER, WOMAN, PORTUGAL.



Instituto Politécnico
POLITÉCNICO DO PORTO de Viana do Castelo

RESUMEN

El emprendedurismo es un fenómeno internacional cada vez más estudiado, que a menudo se entiende como una apuesta para la creación de empleo y, consecuentemente, propicio para el crecimiento económico.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental abordar la problemática relacionada con el género y con el espíritu emprendedor en la sociedad portuguesa. Se trata de un tema actual de que se conocen muy pocos trabajos empíricos que aborden esta temática. Se pretende explicitar el concepto de empresario, las diferencias de comportamiento y sociales entre los géneros masculino y femenino como emprendedores e identificar mujeres portuguesas emprendedoras. Para ello, hacemos un análisis empírico del problema basado en los datos de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Portugal para los años 2007-2012.

Elegimos una metodología cualitativa de estudio de casos múltiples, siendo el instrumento de recolección de datos la entrevista semi-estructurada.

Posteriormente se llevó a cabo un análisis del contenido de las entrevistas, reuniendo datos de acuerdo con diversas fuentes y comparándolos con los datos teóricos recogidos. En la muestra de este estudio se han incluido ocho participantes - mujeres portuguesas emprendedoras en diferentes líneas de negocio.

Con respecto a los resultados obtenidos, se constató que la mayoría de las entrevistadas tienen familiares también emprendedores, siendo la figura del padre identificada como aquella más impulsora para la actividad emprendedora. Se encontró también que el deseo de realización personal y de independencia son los principales factores de motivación para trabajar por su cuenta.

En conclusión, basándose en estos resultados, se puede todavía mencionar que ninguna emprendedora siente o sintió ningún tipo de discriminación o desigualdad de género por ser mujer con espíritu emprendedor en Portugal.

Palabras clave: EMPRENDEDURISMO, GÉNERO, MUJER, PORTUGAL.



“Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar.

Mas o mar seria menor se lhe faltasse uma gota.”

Dedicada aos meus pais, que me deram a vida e me ensinaram a amar o trabalho. Dedicada ao meu marido que lhe atribui significado.



AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de expressar minha profunda gratidão à minha orientadora, Professora Clara Ribeiro pela sua total disponibilidade, pelas sugestões, comentários e conhecimento transmitido, sem a qual a realização deste trabalho seria impossível.

Às mulheres empreendedoras que aceitaram perder alguns minutos de seu tempo para responder às minhas questões de entrevista, e que por isso potenciaram a realização deste estudo, o meu mais sincero obrigada.

Gostaria também de agradecer ao meu colega de mestrado e companheiro de longas horas passadas na realização da tese, Nuno Baptista, que me incentivou e apoiou, não apenas ao longo deste percurso, mas desde que nos conhecemos.

Finalmente, agradeço ao meu marido, Nuno Lopes, por todo seu amor, carinho e compreensão, e à minha maravilhosa família, pelo facto de sempre acreditarem em mim e nos meus projetos, incentivando-me a seguir em frente e a quem devo tudo o que sou.



ACRÓNIMOS E SÍMBOLOS

ANPME	Entidade Promotora do Empreendedorismo em Portugal
APME	Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias
EUA	Estados Unidos da América
EVA	Empreendedorismo Feminino de Valor Acrescentado
FAME	Programa de Formação e Consultoria de Apoio à Criação de Empresas
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IAPMEI	Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação
INE	Instituto Nacional de Estatística
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
ONG	Organização Não Governamental
PSI20	Portuguese Stock Index
TEA	Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial



ÍNDICE GERAL

LISTA DE GRÁFICOS.....	XV
LISTA DE TABELAS.....	XV
INTRODUÇÃO.....	1
CAPITULO 1: ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	5
1.1. Introdução.....	5
1.2. Conceito de Empreendedorismo e Empreendedor	5
1.2.1. Empreendedorismo.....	5
1.2.2. Intraempreendedor.....	6
1.2.3. Empreendedor.....	8
1.3. O Empreendedorismo em Portugal.....	9
1.4. O empreendedorismo por Género	12
1.4.1. As desigualdades do Empreendedorismo	15
1.4.2. O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família.....	17
1.4.3. Mulheres empreendedoras em Portugal	18
1.5. Conclusão	22
CAPITULO 2: APLICAÇÕES EMPÍRICAS	25
2.1. Introdução.....	25
2.2. Classificação da Pesquisa e metodologia.....	25
2.3. Delimitação do estudo e amostra.....	26
2.4. Estudo multicasos: a entrevista exploratória	29
2.5. Análise dos resultados.....	36
2.6. Conclusão.....	46

CONCLUSÕES.....	47
Sumário Dissertação.....	47
Limitações da análise efetuada.....	49
Tópicos para Investigação Futura.....	49
BIBLIOGRAFIA.....	51
ANEXO I – CONVITE A PARTICIPAÇÃO DA ENTREVISTA.....	57
ANEXO II – GUIÃO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA.....	59



LISTA DE GRAFICOS

Grafico 1: Distribuição das/os empregadoras/os por nível de escolaridade completo e sexo	22
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Mulheres e Homens Empregados por Categoria	20
Tabela 2: Mulheres Empregadoras.....	22
Tabela 3: Questões de Investigação tendo por base a Revisão Teorica	27
Tabela 4: Questões de Investigação e questões da entrevista	28
Tabela 5: Perfil das Entrevistadas	36
Tabela 6: Perfil das Empresas	38
Tabela 7: Sintese de Questões por Entrevistada.....	40

INTRODUÇÃO

A globalização económica e a competitividade entre grandes empresas por determinados mercados levaram à adoção de estratégias de modernização das empresas e de novos programas de reestruturação para uma maior descentralização da produção e introdução de novas tecnologias, tudo isto com o intuito de aumentar a produtividade das empresas.

Todas estas transformações e melhorias foram acompanhadas por uma consequente redução do número de trabalhadores, aumento do trabalho precário, temporário e parcial.

No contexto do mundo atual, conceitos como a estabilidade laboral e o emprego para a vida tornam-se cada vez mais obsoletos e utopistas do quotidiano dos indivíduos. Surge, assim, uma categoria de trabalhadores sem estabilidade laboral e com grande precariedade face ao futuro e, por isso, procuram formas alternativas de criação de emprego e subsistência familiar.

O empreendedorismo em Portugal encontra, ainda, alguns atrasos de desenvolvimento em relação ao resto da Europa. Este facto prende-se com os défices de competitividade das nossas micro, pequenas e médias empresas. Com efeito, a economia portuguesa é composta, maioritariamente, de pequenas empresas com uma mão-de-obra pouco qualificada e com baixos níveis de produtividade.

Assim, as baixas qualificações e o débil acompanhamento aos empresários e empreendedores portugueses são alguns dos fatores impeditivos de um maior desenvolvimento económico do país. Este problema atinge naturalmente as micro e pequenas empresas portuguesas com impossibilidade de investimentos acrescidos devido às atuais dificuldades financeiras.

O empreendedorismo revela-se, desta forma, como um desejo partilhado por muitos portugueses. Existe em Portugal um aumento significativo de indivíduos que se tornaram empreendedores levados pela possibilidade de aproveitar uma oportunidade de negócio (58,3% segundo dados do GEM Portugal, 2012) em detrimento de uma diminuição de indivíduos que se tornaram empreendedores por não encontrarem melhores opções de trabalho (26,2% segundo dados do GEM Portugal, 2012).

O empreendedorismo é uma categoria profissional crescente que surgiu como uma forma alternativa de criação do posto de trabalho e de inclusão social devido às grandes desigualdades sociais a que se assiste diariamente no mundo do trabalho.

O empreendedorismo tem um leque muito diferenciado de interpretações, tendo no entanto alguns aspetos em comum a todos os autores, ligando-o à inovação ou criação. Segundo Robbins (2001), o empreendedorismo é uma forma dos indivíduos procurarem oportunidades,

organizando os recursos de que necessitam e, através da inovação, abrirem o seu próprio negócio, sem medo de assumir os seus riscos e possíveis recompensas, satisfazendo assim as suas necessidades e desejos.

Os diferentes conceitos e definições sobre o empreendedorismo não fazem distinção de género, uma vez que as características empreendedoras encontram-se presentes tanto nos homens como nas mulheres, apesar de as primeiras definições serem maioritariamente dirigidas ao sexo masculino.

Estudos demonstram que existe um crescente aumento de mulheres empreendedoras nos últimos anos. Porém, comparar a participação de homens e mulheres no mundo do trabalho não é tarefa fácil. Murani (2003) afirma que o crescimento da participação das mulheres no mundo do trabalho é real, tendo no entanto vários percalços e constrangimentos ligados à desigualdade e à precariedade ainda sentida. Delors (1996, p.78) refere que “as desigualdades estão, de facto, na origem de inferioridades permanentes que pesam sobre as mulheres ao longo de toda a sua vida”.

Ainda hoje, as mulheres permanecem vulneráveis a atitudes e comportamentos de discriminação como as desigualdades remuneratórias, as dificuldades de integração ou reintegração no mercado de trabalho, o acesso limitado à progressão na carreira e outros recursos. Apesar das mulheres terem melhores níveis de qualificação que os homens (8,3% das mulheres têm o ensino superior e apenas 6% os homens concluíram o ensino superior, segundo dados do 2º trimestre de 2012 do INE, Estatísticas do Emprego), a sua condição no contexto de trabalho é mais precária levando a que muitas vezes tomem a decisão de criar o seu próprio emprego (segundo dados do INE, no ano de 2012 a taxa de desemprego entre as mulheres foi de 17,1% e dos homens foi de 16,8%).

Existem diversos estudos que avaliam a inserção das mulheres no trabalho independente, analisando as suas características e potenciais consequências do trabalho feminino. Relativamente às características psicológicas e comportamentais as mulheres empreendedoras possuem um grande desejo de independência e realização. Alguns estudos têm vindo a demonstrar que as mulheres abrem empresas por razões de desejo de realização e independência, por perceberem que existem oportunidades de mercado, possíveis dificuldades de progressão de carreira, necessidade de sobrevivência e como forma de conciliar o trabalho e a família (Machado, V.H., St-Cyr, L., Mione, A., & Alves, M.C., 2003).

“O empreendedorismo representa um novo setor para atividade económica feminina. São agora oferecidos novos mercados e perspectivas de trabalho a mulheres para desenvolver o seu entusiasmo, energia, capacidades e competências. A flexibilidade relacionada com o trabalho é identificada como um fator encorajador adicional, especialmente para mulheres que necessitam desta flexibilidade no trabalho devido às suas responsabilidades para com a família” (Apergis & Economou, 2010 p. 371-387).

Com este trabalho de investigação pretende-se abordar a problemática relacionada com o empreendedorismo em Portugal e o género, sendo este um tema atual e com ainda relativamente poucos trabalhos que o abordem. Para isso, será usado o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que inclui avaliações anuais do nível de atividade empregadora em diversos países. Este programa de investigação iniciou em 1999 com 10 países, em 2006 foi aplicado em 39 países (Sarkar, 2007) e, em 2012 inclui 69 países.

Tenso por base este programa, propõe-se identificar as principais diferenças relativas ao género na exercício de uma atividade empreendedora em Portugal.

O presente trabalho encontra-se dividido em dois capítulos.

No primeiro capítulo pretende-se esclarecer o conceito de empreendedorismo e identificar diferentes definições deste conceito através de uma revisão da literatura. Apresenta-se os conceitos de empreendedorismo, empreendedor e intraempreendedor. Relativamente ao conceito de empreendedor são ainda identificadas algumas das suas características de personalidade subjacentes.

Posteriormente é apresentada a perspetiva portuguesa do empreendedorismo, através de dados quantitativos e de uma revisão literária. Na perspetiva quantitativa irão ser abordados, de forma concisa, os dados relativos ao empreendedorismo fornecidos pelo GEM Portugal (2007 e 2012) e pela Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias (APME). Trata-se ainda, neste capítulo, a atividade empreendedora em Portugal, referindo-se diversos autores.

A última parte do primeiro capítulo aborda o empreendedorismo quanto ao género, sendo esta uma abordagem mais específica e detalhada do tema onde se apresenta as diferenças entre géneros no acesso à atividade empreendedora e durante a sua realização. Assim, são identificadas algumas características diferenciadoras entre os géneros, desigualdades e identificadas determinadas dificuldades do género feminino no exercício da atividade empreendedora. É ainda apresentada uma abordagem quantitativa, tendo por base os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) relativos ao empreendedorismo segundo o género em Portugal.

No segundo capítulo descrevem-se os procedimentos metodológicos adotados: modelo do estudo, identificação das entrevistadas, instrumentos, procedimentos de recolha e análise de dados recolhidos.

Posteriormente são apresentadas as conclusões do estudo, as limitações da análise efetuada e sugestões para futuras investigações. Numa fase final temos a Bibliografia utilizada ao longo deste trabalho, bem como os Anexos.

CAPITULO 1: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1. Introdução

Neste capítulo são identificados os diferentes conceitos de empreendedorismo e empreendedor, passando-se ainda por uma referência geral ao conceito de intraempreendedorismo.

Posteriormente é abordado o estado do empreendedorismo em Portugal onde é feito um retrato do mercado nacional e respetivas oportunidades empreendedoras.

Finalmente é abordado o empreendedorismo por género, nomeadamente as desigualdades entre empreendedor e empreendedora, o conflito trabalho-família para as mulheres empreendedoras e uma abordagem mais específica do que é ser mulher empreendedora em Portugal.

1.2. Conceito de Empreendedorismo e Empreendedor

1.2.1. Empreendedorismo

O termo empreendedorismo surge da expressão francesa “*entreprendre*” usada para identificar indivíduos que assumem riscos de criar e aproveitar oportunidades.

O espírito empreendedor ou o empreendedorismo é um processo no qual as pessoas procuram oportunidades para satisfazerem as suas necessidades e desejos através da inovação. É um processo que pressupõe iniciar um negócio, organizar os recursos necessários e assumir os riscos que possam existir, assim como as respetivas recompensas.

O termo empreendedorismo apresenta diversas formas de entendimento e definição, não havendo definições completamente erradas ou totalmente certas, acabando todas elas por se complementarem.

Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico – OCDE (2009), o empreendedorismo faz referência a um indivíduo empreendedor com disposição para assumir riscos e iniciar novos negócios.

Para autores clássicos como Schumpeter (1982) e Drucker (1986), o empreendedorismo encontra-se fundamentalmente relacionado com o conceito de inovação. Fialho et al. (2006), definem o empreendedorismo como sendo uma arte que pode acontecer em diferentes círculos organizacionais, levando a possíveis transformações através da inovação proporcionada pelos indivíduos, provocando e aproveitando desta forma as oportunidades emergentes.

Sousa e Serralvo (2008) consideram que o empreendedorismo encontra-se relacionado com o envolvimento de pessoas e processos que, conjuntamente levam a uma transformação de ideias e oportunidades.

Segundo Shane, S., Locke, E.A., e Collins, C. (2003), empreendedorismo só é possível se existir independência. Para estes autores, a independência existe quando os sujeitos assumem

responsabilidades das suas ações e opiniões em detrimento de seguir as diretrizes dos outros e deixar ser influenciado por outros.

Dornelas (2003, p.183) salienta que “empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”.

Segundo Martins (2006), o empreendedorismo tem como conceito central a oportunidade, considerando que os empreendedores conseguem visualizar mais facilmente oportunidades do que problemas causados por possíveis mudanças. “Falar de empreendedorismo não basta limitá-lo a uma perspetiva economicista, nomeadamente pela capacidade de ganhar dinheiro ou tornar-se rico. Significa muito mais do que isso. Significa a atitude psicológica materializada pelo desejo de iniciar, desenvolver e concretizar um projeto” (Martins, 2006, p. 9).

A Global Entrepreneurship Monitor – GEM encara o empreendedorismo como sendo “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos”. (GEM 2012 Portugal, p.4).

Podemos assim verificar que há alguma controvérsia na definição do conceito de empreendedorismo; porém, existe um aspeto comum a todas elas, que é a estreita ligação do empreendedorismo à inovação ou criação.

Em muitas das definições, o empreendedorismo encontra-se ligado à criação de novas empresas tendo como princípio subentendido a criação de um novo negócio. Porém, segundo Leiria, A.C., Palma, P.J., e Cunha, M.P. (2006) a definição mais consensual considera que o empreendedorismo é uma tentativa de criar valor através da descoberta e reconhecimento de novas oportunidades de negócio.

Assim, tendo em conta Portela et al (2008, p.5) o empreendedorismo é entendido como “uma manifestação de liberdade dos indivíduos na resposta às suas necessidades, mas é, simultaneamente, um fator de promoção humana para além de um instrumento de criação de riqueza”.

Em suma, e apesar das diversas e diferentes definições apresentadas, o conceito em empreendedorismo poderá ser entendido, segundo Chaves (2009), como uma propensão para inovar, criar, aceitar a mudança, assumir responsabilidades, definir objetivos e conseguir concretizá-los através da vontade e motivação para o sucesso.

1.2.2. Intraempreendedorismo

Pinchot (1989) detetou que alguns indivíduos tinham comportamentos empreendedores, atuando como verdadeiros agentes de mudanças dentro do contexto organizacional. A estes indivíduos deu o nome de empreendedores intracorporativos, sendo na realidade indivíduos que considera serem sonhadores, que conseguem colocar na prática os seus sonhos e

assumem a responsabilidade das suas ideias e invenções dentro de uma organização. Para Pinchot (1989), o intraempreendedor tem características próprias, como ser um utopista visionário e um executor ávido por realizações.

Outros autores afirmam que vários trabalhadores acabaram por se tornarem empreendedores, passando de intraempreendedores que trabalham numa organização para empreendedores proprietários da sua própria empresa.

A diferença entre estes empresários e os empresários tradicionais é que tiveram a coragem de trocar a segurança de um emprego com um salário fixo por um negócio próprio com risco de insucesso, na busca de realização e independência.

Segundo Uriarte (2000), quando uma empresa possibilita ao trabalhador liberdade, incentivo e recursos, o intraempreendedor (ou empreendedor interno) consegue transformar uma ideia num produto de sucesso. Desta forma, não será necessário sair da empresa para se tornar num empreendedor de sucesso, desde que a empresa possibilite ferramentas para isso.

Assim, os intraempreendedores são agentes muito importantes dentro das organizações, pois otimizam e dinamizam procedimentos internos mesmo quando as empresas são conservadoras e cheias de burocracias. O que mais caracteriza o intraempreendedor é ser ágil, pensar rapidamente, procurar constantemente soluções, inovações e para além de ter uma grande criatividade ainda estimula os outros.

Hashimoto (2004) partilha deste conceito de intraempreendedorismo mas acredita que é ainda muito recente, pelo que é ainda necessário uma mudança cultural interna acentuada que o permita.

Mello (2004) distingue empreendedor de intra-empreendedor. Para este autor, o empreendedor inicia por conta própria um projeto com todos os seus possíveis riscos, enquanto o intraempreendedor tem a mesma iniciativa mas dentro da organização já existente.

Segundo Garcia (2005) o conceito de intraempreendedorismo emergiu somente há cerca de 30 anos nos Estados Unidos. Nessa altura os empreendedores eram vistos como responsáveis pelo aumento de capital, emprego e diferenciação na capacidade de lidar com problemas e orientar resultados. Devida a esta conotação dos empreendedores, todos os líderes e diretores das empresas deveriam passar a promover dentro da organização uma conduta empreendedora que se espalhasse por todos os seus membros e colaboradores. Assim emergem profissionais chamados intraempreendedores, isto é, pessoas com uma conduta empreendedora mas ligadas a uma organização.

David (2004) caracteriza os intraempreendedores como pessoas que necessitam de muita liberdade dentro de uma organização, que são orientados para as metas e são pessoas automotivadas mas que também gostam de serem reconhecidas e recompensadas no seio da organização. Refere ainda que os intraempreendedores são persistentes, trabalham arduamente mas não para obter algum tipo de vantagem ou mais dinheiro.

Podemos então concluir que todos estes autores acima referenciados caracterizam os intraempreendedores como pessoas que trabalham imenso, transformam ideias inovadoras em

sucessos, aproveitam os estímulos que as organizações lhes possibilitam e orientam-se para metas e resultados. Além disso, apurou-se ainda que os intraempreendedores acabam, por vezes, por se tornarem empreendedores, abrindo os seus próprios negócios.

1.2.3. Empreendedor

Tendo em conta a situação económica e social do país e do mundo, torna-se cada vez mais premente estudar o comportamento do empreendedor visto ser um potencial criador e impulsionador de novos negócios e empregos.

O conceito de empreendedor encontra-se intimamente relacionado com a noção de empreendedorismo previamente referenciado, sendo, muitas vezes, conceções de difícil distinção.

Em 1934 Schumpeter lançou o conceito de empreendedor como sendo um inventor que para além de produzir ideias também as consegue colocar em prática. Considera o empreendedor como sendo um indivíduo inovador, que sabe aproveitar oportunidades, com capacidade de tomar atitudes intuitivas, sonhador, determinado e persistente, que procura a realização e o sucesso a qualquer custo.

Para Drucker (1986, p.27-28) o empreendedor é “aquele que começa o seu próprio e novo pequeno negócio, mas nem sempre todos os pequenos novos negócios são empreendedores”. Por outro lado, Fillion (1999) considera que o empreendedor é imaginativo e capaz de criar cenários, sendo afinal um visionário que aproveita oportunidades para fazer do seu produto ou serviço um sucesso.

Segundo Bruyat e Julien (2000), o empreendedor é um indivíduo que estabelece uma visão, objetivando o crescimento e o lucro. É assim, alguém com uma atitude estratégica e com uma conduta inovadora.

O termo empreendedorismo deriva da palavra *entrepeneurship*, o que para Dolabela (1999,p.29) revela que não se encontra somente relacionado com a criação de uma empresa mas também com a criação de autoemprego, intraempreender, criação de novos postos de trabalho, inovação e responsabilização por possíveis riscos. Para Dolabela (1999, p.275) o conceito mais completo para definir empreendedorismo foi escrito por Robert Hirsch no seu livro “ Empreendedorismo”, definindo-o como sendo “o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforço necessário, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação económica e pessoal”. Assim, Hirsch e Peters (2004) salientam a existência de padrões de conduta do empreendedor, como por exemplo: ter iniciativa, ser organizado e saber correr riscos.

Segundo Dornelas (2001, p.299) o empreendedor é “aquele que faz acontecer, antecipa-se aos fatores e tem uma visão futura da organização”, salienta ainda que o empreendedor precisa de estar constantemente atento às alterações e mudanças do ambiente, para saber qual o momento certo para agarrar uma oportunidade e conseguir fazer dela um sucesso.

De acordo com Leite e Oliveira (2007), o empreendedor é um indivíduo que age autonomamente, ou como parte integrante de uma empresa, que concebe um novo empreendimento e que assume os riscos associados à sua introdução no mercado. Para além disso, consideram que o empreendedor é alguém que não está satisfeito e deseja reconstruir algo novo. Atentam ainda que não podemos confundir um empreendedor com um empresário, pois não são sinónimos. O empresário é o indivíduo que gere a empresa, o que não implica que seja empreendedor.

O empreendedor é alguém muito apaixonado por riscos calculados, é “aquele que deteta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela assumindo riscos calculados” (Camargo, 2005, p.44). Assim, o empreendedor sabe avaliar e medir os riscos que poderão ocorrer, tentando sempre encontrar situações novas e projetos mais estimulantes. Por norma, o empreendedor não se prende a carreiras estáveis por conta de outrem, que podem ser encaradas como mais seguras, pelo contrário o empreendedor é influenciado pelos seus sonhos e objetivos de satisfação pessoal.

Em suma, o empreendedor é aquele que consegue identificar uma oportunidade e faz dela um negócio de sucesso, assumindo os riscos subjacentes, dedicando-se intensamente, criando novas oportunidades e contribuindo para o desenvolvimento económico e social. Em Portugal é, assim, de importância vital apostar em políticas que promovam o empreendedorismo para um aumento do número de negócios de sucesso, um aumento de criação de postos de trabalho e, conseqüentemente, um crescimento económico e social.

1.3. O Empreendedorismo em Portugal

Em Portugal, tal como no resto da Europa, o empreendedorismo tem sido, nos últimos anos, considerado como uma possível forma de acesso ao mercado de trabalho, podendo até ser uma forma alternativa às atuais mudanças profissionais.

“Vários peritos referem que o nível de empreendedorismo em Portugal é muito limitado pela cultura nacional, na medida em que a população portuguesa é bastante relutante ao risco. Sobrevaloriza-se o fracasso dos empreendedores contrariamente ao que acontece em países como o Reino Unido e os Estados Unidos, onde se encara o fracasso e os erros como oportunidade de melhoria dos serviços oferecidos.” (Sociedade Portuguesa de Inovação, 2004, p. 19).

De acordo com o GEM 2012, Portugal registou uma taxa de 7,7% da população adulta como sendo empreendedora *early-stage*, ficando assim no lugar 44º do *ranking* de países empreendedores (de entre os 69 países participantes). Em comparação com o ano de 2011, a diferença é mínima, sendo nesse ano de 7,5%, correspondente ao 36º lugar. Esta descida de posição não se deve a um decréscimo da atividade empreendedora (que, pelo contrário, aumentou 0,2 pontos percentuais) mas à inclusão de um maior número de países.

A taxa TEA ou early-stage “ilustra a proporção de indivíduos em idade adulta (entre os 18 e os 64 anos) que está envolvida num processo de *start-up* (negócio nascente) ou na gestão de negócios novos e em crescimento, em cada País participante.” (GEM 2012 Portugal, p.27)

Um dos agentes causadores desde bloqueio é a “cultura portuguesa, fortemente influenciada pelo medo de falhar” (Silva, M.A., Correia, M.F., Scholten, M. & Gomes, L.F., 2008, p. 71).

Desta forma, o peso cultural da aversão ao risco que prevalece em Portugal, assim como o medo da falência, leva a que o empreendedorismo seja ainda preterido à segurança de um trabalho por conta de outrem, considerado por muitos seguro.

A cultura portuguesa não tem como valores dominantes o risco e a independência, que são características essenciais para a tomada de decisões e empenho em iniciativas empreendedoras (Silva et al., 2008). Em contrapartida, as habilitações literárias da maioria dos empresários portugueses são baixas, situando-se ao nível do ensino preparatório e secundário (Leite & Oliveira, 2007).

Portugal é, assim, um país com alguns atrasos de desenvolvimento em comparação com o resto da Europa, maioritariamente devido ao défice de competitividade das empresas nacionais. A economia portuguesa é fundamentalmente composta por empresas de pequena dimensão com colaboradores pouco qualificados e com baixos níveis de produtividade.

É prática comum em Portugal, as empresas cessarem atividade por não possuir capacidade financeira, operacional ou competitiva para continuar a exercer as suas atividades no mercado. Assim, uma das fraquezas dos empreendedores nacionais é a falta de conhecimento prévio do mercado, levando a uma retirada muitas vezes precoce das empresas (Leite & Oliveira, 2007).

Apesar das barreiras culturais serem de facto uma barreira ao desenvolvimento da nossa sociedade empreendedora, a verdade é que o maior obstáculo para os novos empresários é a dificuldade de acesso ao financiamento. Segundo Leite e Oliveira (2007), os empreendedores portugueses indicam que um dos principais obstáculos à atividade empreendedora é a falta de financiamento para a abertura da atividade e para o seu posterior crescimento.

O crédito é a principal fonte de financiamento a que as empresas portuguesa recorrem, no qual existe uma forte aversão ao risco. Os empresários nacionais têm dificuldade em adquirir as garantias necessárias para aquisição de empréstimos bancários ou em encontrar capitais de risco (Comissão Europeia, 2003), situação agravada após a crise de 2008.

A criação ou a gestão de uma empresa é um processo bastante complexo que exige dos empresários uma grande tolerância ao risco e um considerável esforço.

Em Portugal existem mais empreendedores movidos pela vontade de aproveitar uma oportunidade do que empreendedores movidos pelo facto de não terem melhores opções de emprego. A Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias (APME) refere que “são mais os portugueses que querem ser independentes economicamente (62%) do que os próprios norte-americanos (61%) e muito mais do que a média europeia (45%). Portugal é mesmo o campeão desse desejo nos 28 estados europeus em que foi realizado o inquérito Eurobarómetro da

Comissão Europeia de 2005. O desejo é muito maior do que dar o passo que permite a efetivação do empreendedorismo.” (APME, 2007 p.1).

Apesar disto, a sociedade portuguesa apresenta grandes diferenças em relação a outras mais desenvolvidas (Gaspar, 2009), nomeadamente na educação do empreendedorismo nas instituições de ensino superior. Em Portugal é ainda recente a introdução do empreendedorismo no currículo das universidades (Redford, 2006). “Este despertar recente quanto à importância da educação em empreendedorismo é uma reação às necessidades dos mercados”. (Redford, 2006, p. 19).

Ainda segundo Redford (2006, p. 32), “recentemente, houve um investimento considerável na promoção do empreendedorismo por parte da União Europeia e do governo português. Este investimento traduziu-se na promoção do empreendedorismo nas universidades como uma possibilidade de se ter um impacto profundo a longo prazo”.

De acordo com o GEM (GEM,2007), Portugal tem uma TEA, que foi maioritariamente promovida por iniciativas de empreendedores de negócios nascentes (negócios que oferecem remuneração há apenas 3 meses) em detrimento dos proprietários de novos negócios em crescimento (negócios que oferecem remunerações há mais de 3 meses e há menos de 42 meses). Para além disso, um terço da TEA em Portugal é obtida em regime de *part-time*, sendo assim uma forma complementar de rendimento dos empreendedores e não uma fonte principal de rendimento.

Verificando-se que os portugueses continuam a preferir a estabilidade de trabalharem por conta de outrem em vez de terem um negócio como atividade principal por conta própria.

Autores sugerem que será o medo de falhar que poderá justificar este facto, uma vez que a sociedade portuguesa continua a encerrar mal o insucesso (Leite & Oliveira, 2007). Os mesmos autores referem que “a situação portuguesa exige um crescimento económico mais acelerado e o mais qualificado possível. São necessários mais empregos e maior sustentabilidade. Para isso, será necessário uma dinâmica de empreendedorismo e criação de empresas de base tecnológica, que permita rejuvenescer a estrutura empresarial, qualificando o crescimento da economia” (Leite & Oliveira, 2007, p. 5).

Outros autores (Batista & Thurik 2007), referem que no início da década de 70, Portugal tinha uma grande percentagem de auto emprego na setor agrícola, sendo este um setor de pouca produtividade e no qual foram criados pequenos e micro negócios com vista à subsistência dos proprietários.

“Embora a estrutura económica de Portugal tenha mudado bastante desde a altura, apresentando um decréscimo significativo do peso da agricultura e um aumento do peso dos serviços, a grande percentagem de negócios continuam a ser de pequena dimensão. Assim, podemos afirmar que estamos perante um “empreendedorismo de subsistência”, que se mantém muito significativo na economia portuguesa. O empreendedorismo de subsistência está associado a taxas de crescimento insignificantes das empresas e, como tal, tem pouco impacto no emprego” (Batista & Thurik, 2007, p. 84).

De acordo com o relatório GEM (2012), o setor com maior atividade empreendedora *early-stage* em Portugal é o setor orientado para o consumo, com 44,9% de empreendedores. Segue-se o setor da transformação com 26,2%, o setor orientado para o cliente organizacional com 23,8% e, finalmente, o setor extrativo com 5,1% de empreendedores. Assim, a estrutura da atividade empreendedora em termos de setor, é semelhante à média das economias orientadas para a inovação.

O empreendedorismo é considerado um motor da inovação e do crescimento. No entanto, segundo Silveira e Gouvêa (2008), existem algumas desigualdades no seu acesso nomeadamente no género do empreendedor. Estes autores referem que as mulheres sentem mais a influência do ambiente do que os homens. As mulheres encontram ainda algumas desigualdades no campo do empreendedorismo, designadamente estereótipos de inferioridade em relação aos homens e mais dificuldades de acesso a recursos financeiros (Marlow & Patton, 2005), o que gera algumas limitações no seu desempenho profissional enquanto empreendedoras.

1.4. O empreendedorismo por género

“O género e o empreendedorismo são duas áreas temáticas que, dentro das ciências humanas, se podem unir numa permanente, e recíproca conjugação, para demonstrar como as relações de género se inserem no contexto empreendedor. Historicamente as formas de se empreender no mercado de trabalho, de viver as experiências ocupacionais, de desafiar o imaginário administrativo e de articular a vida no trabalho são diferentes para homens e mulheres” (Freire, D.A., Corrêa, R. & Ribeiro, H.C., 2011, p. 20).

O interesse em conhecer os aspetos intrínsecos ao comportamento da mulher empreendedora foi despoletado há já alguns anos por diversos autores. Gosselin e Grisé (1990) realizaram um estudo chamado “Estão as mulheres empreendedoras desafiando as nossas definições de empreendedorismo?”. Este estudo contou com a colaboração de 400 mulheres empreendedoras que responderam a um questionário, explorando as suas características enquanto empresárias, as suas experiências anteriores e a visão de futuro para as suas empresas, entre outras questões. Os autores concluíram que para as mulheres é muito importante a existência de um modelo de negócio pequeno e com alguma estabilidade. Verificaram, ainda, que as mulheres com estudos não reconheciam a fase empreendedora como algo de transitório nas suas vidas e que procuravam constantemente o reconhecimento do seu trabalho.

Moore e Buttner (1997) afirmam que as mulheres não medem o sucesso apenas através dos resultados financeiros das suas empresas, mas através da realização pessoal conseguida pela satisfação dos empregados. Posteriormente, O’Meally (2000) procurou verificar a educação, os ensinamentos e os valores sociais da mulher empreendedora. Assim, verificou que nos EUA as mulheres iniciavam as atividades comerciais duas vezes mais depressa que os homens.

Machado (1999) no seu artigo “ Tendências do comportamento de gestão da mulher empreendedora” estudou as principais características de gestão adotadas pelas mulheres empreendedoras e concluiu que as mulheres têm uma tendência de gestão para: ter objetivos claros, manter uma estrutura simples e ter um comportamento estratégico inovador. Verificou, ainda que as mulheres empreendedoras têm um estilo de gestão do género cooperativo de liderança e dão muita importância à qualidade. Apurou que as empreendedoras tentam satisfazer todos os colaboradores, como se tomassem conta deles.

Existem mais algumas diferenças entre os géneros apontadas por Hisrich (2004) no que respeita o processo inicial de um negócio. Apesar de ambos os sexos terem interesse e alguma experiência no seu negócio, os homens normalmente iniciam um negócio relacionado com o seu emprego anterior ou complementar ao ramo precedente. Contrariamente, as mulheres empreendedoras abandonam a antiga ocupação com um possível sentimento de frustração e passa assim a ser uma busca pessoal e não apenas profissional.

Relativamente a grupos de apoio, as mulheres identificam o marido como sendo a primeira pessoa de apoio, depois os amigos e, finalmente, os envolvidos no negócio. Já os homens identificam como sendo a primeira opção os conselheiros externos como advogados ou contabilistas e só depois a esposa. Este tipo de escolha revela que os homens empreendedores têm menos confiança em aconselhamento familiar, sendo este o tipo de aconselhamento e apoio onde deveriam obter maior lealdade.

A maioria das mulheres empreendedoras estão na faixa etária dos 35 a 40 anos quando iniciam o seu projeto empreendedor, sendo um pouco mais tardio dos que os homens. Este facto poderá dever-se à família e filhos.

Novos estudos mostram que as mulheres não tendem a ser tão obsessivas com a carreira como os homens, porque têm outras prioridades igualmente importantes. De acordo com um estudo efetuado por Guvenen, F., Kuruscu, B. e Ozkan, S. (2009), publicado pelo *National Bureau of Economic Research* (ONG americana que efetua pesquisas na área da economia), entre os trabalhadores com níveis superiores de educação, as mulheres têm salários mais baixos por trabalharem menos horas e interromperem a carreira mais vezes por causa da família.

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2008), os motivos que levaram as mulheres empreendedoras a abrir um negócio por conta própria são: identificação de uma oportunidade de negócios (62,1%), experiência anterior (30,3%), ou ainda por estar desempregada, ter sido demitida ou estar insatisfeita com a empresa em que trabalhava (13%). Desta forma podemos dividir os motivos em três grandes grupos: empreendedoras por acaso, forçadas ou criadoras.

Jonathan (2005) caracteriza as mulheres empreendedoras como destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e que se identificam com os seus empreendimentos.

As características psicológicas e comportamentais mais usualmente identificadas nas mulheres empreendedoras são o forte desejo de independência e realização, sendo ainda inovadoras,

persuasivas, que facilmente se adaptam às mudanças e que acreditam que o seu destino é fruto das suas ações (Peñaloza, V., Diógenes, C.G. & Sousa, S.J., 2008).

O carácter empreendedor das mulheres pode ainda ser influenciado pelo contexto social em que vive. Fatores religiosos e culturais estão diretamente relacionados com a construção social do papel das mulheres nas sociedades em que estão inseridas. Torna-se desta forma vital perceber que as desigualdades contextuais têm consequências no desempenho do papel da mulher na sociedade (Winkler & Medeiros, 2011).

O projeto GEM (2007) efetuou uma análise da motivação empreendedora e revelou que existem diferenças entre os géneros. Entenda-se por empreendedorismo de “oportunidade aquele que resulta do desejo de aproveitar, por iniciativa própria, uma possibilidade de negócio existente no mercado, através da criação de uma empresa. Por outro lado, o empreendedorismo induzido pela necessidade resulta da ausência de outras oportunidades de obtenção de rendimentos (nomeadamente, o trabalho dependente) que leva os indivíduos à criação de um negócio, dado considerarem não possuir melhores alternativas.” (GEM 2012 Portugal, p. 35).

Assim, existe uma maior percentagem de homens a iniciar um negócio para aproveitar uma oportunidade do que de mulheres. Esta diferença de percentagem é igualmente sentida em países de baixo, médio e de elevado rendimento onde foi efetuada a análise do ano de 2007. No entanto, no que refere ao empreendedorismo motivado por necessidade, não existe uma diferença significativa por género.

Segundo o relatório GEM (2012), em Portugal 37,5% dos empreendedores *early-stage* criam a sua própria empresa movidos pela oportunidade de aumentarem o seu rendimento e 20,8% são movidos pela oportunidade de atingir a independência, perfazendo desta forma 58,3% de empreendedores que iniciam o seu negócio por motivos de oportunidade. A necessidade encontra-se na origem de 26,2% dos empreendedores *early-stage* e a junção destes dois motivos movem 15,6% dos empreendedores.

Em comparação com os restantes países participantes os resultados são semelhantes, sendo o empreendedorismo de oportunidade prevacente nas economias orientadas para a inovação (53,5%), em oposição às economias orientadas por fatores de produção onde prevalece o empreendedorismo de necessidade (40,5%)

De acordo com Buttner (2001) as mulheres que iniciam a sua atividade empreendedora por surgimento de uma oportunidade e não por causa de uma necessidade, fazem-no devido a uma aspiração pela flexibilização de horário que um autoemprego lhes proporciona. Assim, tentam através da criação do seu próprio posto de trabalho e, conseqüentemente, do seu horário de trabalho ajustado, resolver alguns conflitos existentes entre a sua vida familiar e a profissional. As razões para isto acontecer ainda são alvo de análise. Existem diversas explicações, desde características individuais, enquadramento económico ou simplesmente sendo resultado de um processo evolucionário. “Pelo facto de ainda terem grandes responsabilidades domésticas, as mulheres precisam de procurar estratégias para suavizar os

conflitos existentes entre estas duas importantes instâncias das suas vidas” (Lindo et al., 2007 p. 1-15).

Desta forma, podemos concluir que apesar do empreendedorismo feminino se encontrar ainda numa fase nascente, o interesse pelo tema é já crescente. Alguns estudos revelam que as motivações primárias das mulheres são semelhantes às dos homens, como a motivação por uma maior rentabilidade económica, o desejo de independência, a necessidade de alcançar algo e a aspiração pela satisfação no trabalho (Greene, P.G., Brush, C.G., % GatewoodIn, E.J., 2007). Porém continuam a subsistir diversas desigualdades entre empreendedores homens versus mulheres.

1.4.1. As desigualdades do Empreendedorismo

“O debate sobre a desigualdade entre as características femininas e as masculinas no ambiente de trabalho é alvo de muita discussão. De um modo geral, os estudiosos do assunto acreditam que as mulheres possuem diferenças em relação aos homens. No entanto, as organizações estão impregnadas de valores masculinos” (Gomes, A. F., Santana, W.G., Antonialli, L.M. & Correia, E.L., 2009, p. 78).

Relativamente à independência da mulher, Raposo e Astoni (2007, p. 36-37) realçam a importância das reivindicações das mulheres no que concerne aos seus direitos e consequentes responsabilidades destes direitos. Referem que “as condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública”.

Segundo Díaz-Garcia e Jiménez-Moren (2010), as mulheres encaram o empreendedorismo de forma menos benéfica que os homens pois, tendo as mulheres uma socialização diferente, irão, também, encarar de forma diferente as oportunidades. De acordo com estes autores, algumas mulheres poderão ter uma ideia negativa do empreendedorismo que as poderá afetar na tomada de decisão para criação de um negócio. “Por um lado, uma perceção negativa pode instalar um receio do fracasso, o que foi provado ser um fator de dissuasão importante na criação de novas empresas no caso das mulheres. Também existem evidências que as mulheres que têm uma personalidade pró-ativa são afetadas significativamente pela exposição ao estereótipo “masculino” comum sobre os empreendedores e, deste modo, há um decréscimo significativo nas intenções empreendedoras.” (Díaz-Garcia & Jiménez-Moren, 2010, p. 264).

Porém, os mesmos autores referem, ainda, que “ se o empreendedorismo for visto pelas mulheres como uma opção de carreira bastante relacionada com as suas próprias características e valores, as mulheres ficarão mais propensas a criar a sua própria empresa” (Díaz-Garcia & Jiménez-Moren, 2010, p. 264).

Assim, e referindo Portela et al. (2008, p.43) “os estereótipos persistem sendo o mais comum o de que as mulheres têm menos capacidade para gerir negócios”.

Nos últimos anos tem-se assistido a um aumento da participação da mulher em cargos de chefia e também como empreendedoras. Segundo Allen, E., Langowitz, N., Elam, A. e Dean, M. (2007), o investimento no empreendedorismo feminino representa uma forma dos países aumentarem, em termos económicos, a criação de novas empresas. Tendo em conta que as mulheres representam metade da população mundial, o número de empresas que têm sido criadas é também ela crescente, consistindo estas pequenas e médias empresas num forte contributo para a criação de novos postos de trabalho, inovação e desenvolvimento, quer económico, quer social.

Desta forma, a participação feminina no mercado de trabalho aumentou significativamente.

Alguns dados estatísticos indicam que há mulheres em todos os ramos empresariais e em todos os segmentos. No entanto, como suprarreferenciado, ainda existem desigualdades de oportunidades no mundo empresarial como diferentes rendimentos de acordo com o género, obstáculos na progressão na carreira, etc.

Atualmente a mulher tem cada vez mais um papel ativo e de grande importância na economia nacional e mundial. Ela identifica oportunidades, estuda habilidades criativas na atividade produtiva e assume riscos e incertezas nos empreendimentos (Boaventura, 2010).

De acordo com Minniti e Naude (2010), nos últimos 30 anos de estudos realizados sobre o empreendedorismo é possível verificar que existem menos mulheres do que homens proprietários de negócios.

Segundo Minniti e Naude (2010), existem muitas razões para a existência de diferenças entre os géneros, sendo que estas diferenças levam a repercussões a nível socioeconómico. Para estes autores, a motivação que as mulheres empreendedoras têm quando iniciam um negócio poderá ser diferente dos homens por questões culturais ou por discriminação. “Talvez as mulheres e os homens tenham diferentes características socioeconómicas e, se corrigíssemos fatores, como a educação, a riqueza, a família e o estatuto do trabalho, estas diferenças pudessem desaparecer” (Minniti & Naude, 2010, p. 279).

Segundo Fossen (2011) existem diferenças em termos de capacidades financeiras e interpessoais entre os homens e as mulheres, como por exemplo as mulheres têm mais tendência para conceberem as suas capacidades financeiras como sendo inferiores às dos homens, apesar de considerarem ter melhores capacidades interpessoais do que os homens. Para além disso, este autor considera que as mulheres têm diferentes formas de gerir empresas do que os homens, visto que “quando uma mulher cria um negócio, ela não adquire simplesmente uma entidade económica separada, pelo contrário, envolve-se numa rede de relacionamentos que incluem a família, a comunidade e o negócio. A importância da criação de laços pessoais para a empreendedora contrasta com a necessidade do empreendedor pela autonomia e tomada de decisão estruturada” (Fossen, 2011, p. 325).

Para Greene et al. (2007, p.189), “a escolha estratégica é moldada pelas experiências a que os sujeitos estão expostos sendo que as mulheres e os homens têm experiências de socialização fundamentalmente diferentes que resultam do desenvolvimento de capacidades únicas”. Estes

autores consideram ainda que as empresas que são geridas por mulheres assentam numa relação entre empregados e clientes mais centrada na criação e desenvolvimento de equipas. Assim, as mulheres têm uma maior tendência para adotar uma estratégia relacional na forma como gerem os seus negócios; porém, têm também, menos recursos numa fase inicial e são precocemente encerrados.

De facto, Ahl (2006) mencionava que quando se avalia homens e mulheres, independentemente do tipo de negócio que possuem, as mulheres têm normalmente uma avaliação negativa, pois os seus negócios são geralmente de menor dimensão, com um crescimento mais lento e são menos lucrativos do que os dos homens.

De acordo com Justo (2008), o problema encontra-se nas motivações profissionais e nas perceções que os empreendedores têm relativamente ao sucesso do negócio. Assim, e como já referido anteriormente, mulheres e homens têm diferentes motivos para a criação de empresa que poderão traduzir-se na forma como irão gerir a empresa. Os homens são, segundo alguns estudos, mais rápidos nas tomadas de decisões e preocupam-se com as repercussões e as decisões no curto prazo. Contrariamente, as mulheres têm tendência a considerar mais minuciosamente as consequências das suas decisões a longo prazo (Gomes et al., 2009). As mulheres têm tendência a encarar os riscos de forma mais conservadora, possivelmente pela maior dificuldade que encontram em obter capital.

Assim, “ao contrário dos homens, as empreendedoras referem encontrar dificuldades e possível discriminação de crédito durante a fase de formação de capital” (Greene et al., 2007, p.183). Para além disso, as mulheres têm também mais dificuldades em sustentar o sucesso do empreendimento devido à falta de suporte afetivo e social, à dificuldade em entrar em mercados internacionais e em conseguir financiamentos, devido ainda ao tamanho das suas empresas, à falta de tempo para si mesmas, à dificuldade em conciliar o trabalho e a família e à ausência de modelos de referência de outras mulheres empreendedoras (Machado, 2002).

1.4.2. O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família

Um dos primeiros estudos sobre o conflito trabalho-família foi realizado em 1964 por Robert L. Kahn, que analisava o comportamento humano nas organizações e os conflitos dentro e fora do trabalho.

Desde esta data, muitos foram os autores a investigar o conflito nas suas diversas dimensões e ascensões. Pesquisas mais recentes, efetuadas por Cherlin (2001), Vandewater, Ostrove e Stewart (1997), mostram que as mulheres, em particular as mães que trabalham, têm tendência para ter uma percentagem de índice de bem-estar e satisfação mais elevada do que as mães que não trabalham.

Jonathan (2001) e Rocha-Coutinho (2003) realizaram estudos que revelaram que empreendedoras e executivas atribuem a mesma importância à realização profissional assim como à maternidade, ao relacionamento afetivo com o par e ao tempo dedicado a si mesma.

Desta forma consideram que o facto de ter sucesso numa dimensão não implica, por si só, o fracasso nas outras dimensões.

Possati e Dias (2002) sugerem que papéis que possam envolver autonomia no trabalho e poder de decisão trazem maior satisfação para as mulheres com cargos de chefia e podem aumentar o bem-estar psicológico de mulheres casadas.

Um estudo comparativo realizado por Korn e Ferry (2001) revelou que as proprietárias de negócios têm um maior índice de satisfação do que executivas por conta de outrém. As principais fontes de satisfação apontadas são: o ritmo de trabalho, a quantidade mínima de interferência de terceiros e interesses pessoais satisfeitos. Assim, a maior fonte de satisfação identificada deve-se ao facto de ter um negócio próprio, o que lhes proporciona reconhecimento pelas suas realizações a autonomia na tomada de decisão.

As dificuldades apontadas pelas empreendedoras estão normalmente relacionadas com os pais, maridos ou filhos. De acordo com Andreoli (2007) uma das razões para isto acontecer é o facto de as mulheres carregarem consigo um peso adicional que é a preocupação ligada à constituição de uma família.

O sentimento de falta de apoio dos familiares e/ou amigos a nível emocional e a impossibilidade de concessão de empréstimo por partes dos bancos, a nível financeiro, são os problemas mais frequentemente apontados pelas empreendedoras. De seguida identificam a falta de confiança dos clientes, fornecedores e acionistas, e realçam ainda a desconsideração sofrida pelos colegas de trabalho. Denota-se que estas dificuldades advêm de uma sociedade marcada por uma história essencialmente machista, que exige da mulher uma maior capacidade e empenho para a implementação e gestão de um novo negócio.

Em 2006, um estudo realizado por DeMartino, R., Barbato, R. e Jacques, P.H., confirmou a tendência dos homens dedicarem mais horas à carreira do que as mulheres, pois estas acabam por dedicar mais tempo às famílias do que os homens.

De acordo com os dados do Eurostat (2007), as mulheres representam apenas 32% dos empresários, sendo que a percentagem de mulheres com cargos efetivos de chefia de topo é ainda muito baixa. As desigualdades salariais que resultam deste facto expressam a maior vulnerabilidade na relação entre emprego e desemprego e qualidade de emprego que as mulheres têm (Cloutier, B. & Tremblay, 2009; Célestin, 2002).

1.4.3. Mulheres Empreendedoras em Portugal

A crise económica a nível mundial e, em particular, em Portugal tem vindo a gerar algumas dificuldades e barreiras às pequenas e médias empresas nacionais. A par com todas estas barreiras na gestão de pequenos e médios negócios, gerir no feminino significa uma maior dificuldade, principalmente devido ao sistema de valor imposto pela nossa sociedade. A falta de tradição das mulheres em serem empresárias e empreendedoras acaba por provocar alguns constrangimentos na abertura às suas ideias e iniciativas. Como já referido

anteriormente, em Portugal, como em muitos outros países, as mulheres ainda sofrem alguma discriminação social e empresarial que prejudicam o seu estatuto e possível afirmação no mundo empresarial.

Apesar de os níveis de qualificação das mulheres serem mais elevadas do que dos homens, a sua relação com o mercado de trabalho é mais instável, o que leva muitas vezes à decisão de criar o seu próprio posto de trabalho.

Para além das diferenças ao nível dos salários, existe ainda uma grande discrepância no que concerne à atribuição de cargos dirigentes tendo em conta o género, ficando assim, o elemento feminino excluído deste tipo de cargo.

Tabela 1 -MULHERES E HOMENS EMPREGADOS POR CATEGORIA PROFISSIONAL (MÉDIA 2º TRIMESTRE DE 2012)

Profissão	Homens (%)	Mulheres (%)	Taxa Feminização (%)
Repartição do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos	7,9	4,6	35
Especialistas das atividades intelectuais e científicas	12,2	18,4	57,5
Técnicos e profissionais de nível intermédio	10,7	8,3	40,9
Pessoal administrativo	5,4	10,6	63,9
Trabalhadores dos serviços pessoais, de proteção e segurança e vendedores	10,7	22	64,9
Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta	11,6	8,7	40,2
Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices	23,6	5,1	16,2
Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem	11,1	4,7	27,7
Trabalhadores não qualificados	6	17,4	72,4
Forças Armadas	0,8	0,2	-----
Total	100	100	47,3

Fonte INE. Estatística do Emprego, 2012

O empreendedorismo feminino, sobretudo no setor da inovação e da tecnologia, contribuirá para a criação de mais postos de trabalho e melhores empregos e irá, conseqüentemente, estimular, em termos gerais, a economia nacional. Assim, a necessidade de promover a igualdade de género deve ser encarada como uma pré-condição para o crescimento económico, o emprego e a coesão social.

Segundo os dados do relatório GEM Portugal (2012), o número de empreendedores do sexo masculino early-stage é de 9,3% da população adulta masculina e o número de empreendedoras femininas é de 6,2% da população adulta feminina. Assim, e de acordo com estes dados e assumindo que “o número total de homens e de mulheres é aproximadamente igual, conclui-se que o número de empreendedores do sexo masculino é exatamente 50% superior ao número de empreendedores do sexo feminino” (GEM Portugal, 2012 p.32). Este relatório revela, ainda, um aumento de equilíbrio entre os números de homens/mulheres que iniciaram atividade por conta própria. Significa também que a taxa TEA global de Portugal aumentou graças ao crescimento do número de mulheres empreendedoras, sendo que em 2011 a Taxa TEA feminina era de 4,7% e a masculina era de 10,5%.

De acordo com os dados apresentados pelo Instituto Nacional de Estatística em 2011, existia apenas 6% de mulheres entre os membros dos Conselhos de Administração das empresas que integravam o Psi20 nessa altura, sendo este um valor inferior em 7,7 pontos percentuais ao da União Europeia e muito inferior à meta definida pela Comissão Europeia para 2020 de ter pelo menos 40% de mulheres em cargos de administração não executivos nas empresas privadas cotadas em bolsa (e a mesma percentagem, até 2018, para empresas públicas).

Bayagan (2000) traçou em perfil geral de mulheres empreendedoras, que considera ser constituído por uma faixa etária entre os 35 e 50 anos, casadas e com filhos e com um nível educacional superior. Para além disso, identificou ainda as empresas de mulheres empreendedoras como sendo pequenos negócios, iniciadas com baixo capital financeiro e que encontram muito apoio em associações de mulheres empresárias.

Segundo os dados dos Censos 2011, as mulheres representavam um terço dos grupos profissionais do grupo “dirigentes”. As mulheres que se encontram neste tipo de cargos são, normalmente “mais jovens e mais qualificadas, casam menos e divorciam-se mais” (Dia Internacional da Mulher - INE, 2013 p.1). Tendo em conta os dados dos Censos 2011, 35, 3% dos empregadores portugueses são mulheres com uma idade média de 43,1 anos, inferior à média nacional de 44,9 anos como podemos verificar na tabela nº2.

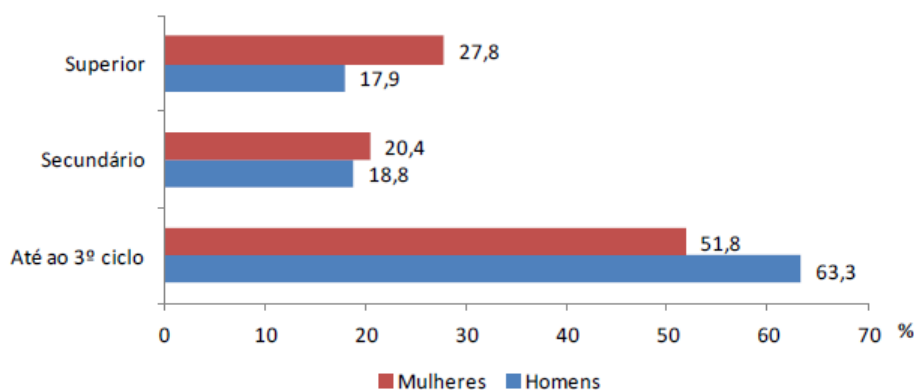
Em Portugal, a promoção do empreendedorismo feminino está vertida no IV Plano Nacional para a Igualdade, Género, Cidadania e não Discriminação, 2011-2013, na Área estratégica n.º 2 — Independência Económica, Mercado de Trabalho e Organização da Vida Profissional, Familiar e Pessoal. Sendo que as micro, pequenas e médias empresas encontram-se excluídas desta medida.

Tabela 2 - MULHERES EMPREGADORAS (CENSOS 2011)

	Total	Mulheres	Percentagem
Nº de empregadores/as	459 123	162 055	35,3
% empregadores/as	10,5	7,1	
Taxa de feminização	54,6		
Idade média	44,9	43,1	
Estado Civil			
Solteiro/a	92 850	36 720	39,5
Casado/a	321 456	104 573	32,5
Divorciado/a	37 290	15 983	42,9
Viúvo/a	7 527	4 779	63,5

Fonte Censos 2011

Ainda de acordo com os Censos de 2011, 27,8% das mulheres empregadoras possuem habilitações de nível superior, embora mais de 50% ainda tenham um nível de ensino até a 3º ciclo do ensino básico.

Gráfico 1 – Distribuição das/os empregadoras/es por nível de escolaridade completo e sexo


Fonte Censos 2011

Desta forma, constata-se um equilíbrio entre empreendedores e empreendedoras, sendo que estas são, na sua maioria, mais qualificadas e mais jovens do que os homens.

1.5. Conclusão

Ao longo deste capítulo foi feito um enquadramento conceptual ao tema da dissertação, sistematizando os diferentes conceitos base do empreendedorismo, identificando o estado do empreendedorismo no contexto nacional e diferenciando o empreendedorismo feminino do masculino.

O empreendedorismo pode ser encarado como um contributo importante para a resolução dos problemas socioeconómicos dos países, sendo um importante motor de crescimento económico e social. Portugal, tal como os restantes países europeus, tem objetivos de reforçar as competências das suas pequenas e médias empresas, dinamizar áreas de atividade já existentes e, principalmente, incentivar o aparecimento de novas atividades empresariais. Sendo Portugal um país de pequena dimensão, as empresas nacionais necessitam de contar com novos mercados para serem suficientemente competitivas, carecendo de uma vantagem competitiva em relação às demais empresas. Devem, assim, distinguir-se pela qualidade dos seus produtos e serviços, pela sua disponibilidade e pela forma como se apresentam às restantes economias: como sendo melhores e diferentes.

Para atingirem este objetivo, as empresas necessitam de recursos humanos criativos, que procurem sempre novas soluções e que sejam capazes de as colocarem em prática: Empreendedores.

A Comissão Europeia, na Parceria para o Crescimento e Emprego, refere que é necessário equilibrar o universo competitivo das empresas para conseguir assegurar o crescimento da económica e, conseqüentemente, a sua competitividade. Para isso é necessário incentivar a criação de novas empresas (*start-ups*) e a gestão de transmissão de empresas. “A investigação sugere que o espírito empresarial contribui positivamente para o crescimento económico, ainda que o crescimento do PIB seja influenciado por muitos outros fatores” (Livro Verde Comissão Europeia, 2003 pag.8).

Tendo por base os dados dos Censos 2011, as mulheres constituem 52,2% da população residente em Portugal e, no entanto, em termos de empreendedorismo a percentagem de mulheres (6,2%) é inferior às dos homens (9,3%). Assim existe ainda uma grande necessidade de aposta no empreendedorismo feminino em Portugal. Atualmente, as mulheres empreendedoras têm o apoio para o desenvolvimento dos seus negócios de organizações como a ANPME (Entidade Promotora do Empreendedorismo em Portugal), a FAME (Programa de Formação e Consultadoria de Apoio à Criação de Empresas) e o Projeto EVA (Empreendedorismo Feminino de Valor Acrescentado). Contudo, as mulheres continuam a ter mais dificuldades para encontrarem financiamento e apoio para a prossecução dos seus projetos.

Desta forma, e com o intuito de analisarmos as influências familiares e sociais que conduziram ao empreendedorismo, conhecer melhor as razões que a levam as mulheres a criarem os seus próprios negócios e identificar as maiores dificuldades e desigualdades que sentem em Portugal, passaremos ao estudo empírico do capítulo seguinte.

CAPITULO 2: APLICAÇÕES EMPÍRICAS

2.1. Introdução

O presente capítulo aborda os procedimentos metodológicos desenvolvido para o tema deste trabalho. O principal objetivo do método científico é identificar a realidade dos acontecimentos, e quando estes são expostos deverão orientar qual o método a seguir.

É através da inteligência e reflexão que se descobrem o que os factos e os fenómenos realmente são. O método é apenas um meio de acesso (Cervo, A. & Bervian, P. 2006).

Os dados podem ser classificados como quantitativos ou qualitativos. Os quantitativos necessitam de valores numéricos; os qualitativos incluem rótulos ou nomes usados para identificar cada elemento (Anderson, D. R., Sweeney, D.J. & Williams, T.A., 2008).

Assim, neste capítulo desenvolvemos a parte experimental do nosso trabalho. Começamos por abordar a classificação da pesquisa e a metodologia subjacente. Prosseguimos com a delimitação do nosso estudo, atendendo à população e à amostra selecionadas. De seguida, faz-se a análise dos multicaseos analisados, apresentando-se de forma sucinta as entrevistas efetuadas. O capítulo encerra com a análise dos resultados e respetiva conclusão.

2.2. Classificação da Pesquisa e metodologia

A pesquisa a realizar será de abordagem qualitativa. Este tipo de abordagem tem tendência a ser direcionada ao longo da sua prossecução e não pretende enumerar nem medir determinados eventos, não empregando desta forma nenhum instrumento estatístico para a análise de dados.

Frequentemente, neste tipo de abordagem, o pesquisador procura compreender os fenómenos segundo a perspetiva dos participantes do estudo em questão e, com base nisto, conseguir efetuar a sua própria interpretação dos acontecimentos.

Para este estudo foram utilizadas algumas técnicas qualitativas como a entrevista semiestruturada, técnicas de observação de campo e análises de conteúdo, através da transcrição das entrevistas realizadas. Moreira (2000, p.4) refere que a pesquisa qualitativa é “aquela que trabalha predominantemente com dados qualitativos, isto é, a informação coletada pelo pesquisador não é expressa em números, ou então, os números e as conclusões nelas baseadas representam um papel menor na análise”.

As três grandes questões a que este estudo se propõe responder são:

- Quais as influências (familiares e sociais) para se tornar empreendedora?
- Qual a razão para ser empreendedora (oportunidade/necessidade)?
- Quais as dificuldades sentidas em se tornar empreendedora em Portugal?

2.3. Delimitação do estudo e amostra

Os critérios usados para a escolha das entrevistas foram: mulheres que iniciaram a sua atividade empreendedora, que sejam responsáveis pela sua gestão e que têm o seu negócio há pelo menos 6 meses. A recolha dos dados foi realizada mediante entrevista pessoal com guião de entrevista semiestruturado. As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas com a devida autorização das entrevistadas. Haguette (1997, p.86) define entrevista como “um processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”.

As entrevistas semiestruturadas conciliam perguntas abertas e fechadas, podendo desta forma o entrevistado desenvolver com mais precisão determinados temas. O entrevistador irá seguir um conjunto de perguntas previamente definidas, mas com um cariz informal. Assim, o entrevistador deve ter o cuidado de, no momento mais adequado, dirigir a conversa para o assunto de interesse com perguntas adicionais, caso sejam necessárias. A principal vantagem deste tipo de entrevista é que consegue representar uma melhor amostra da população do que as entrevistas estruturadas e rígidas quanto às perguntas. Ao contrário dos questionários enviados por correio que têm um índice de resposta muito baixo, as entrevistas têm um índice de respostas muito mais abrangente, sendo mais habitual as pessoas aceitarem conversar sobre determinados assuntos em detrimento de os responder por escrito (Selltiz, C., Jahoda, M., Coe, S.W., & Deutsch, M., 1987). Para além disso, este tipo de entrevista assim como a entrevista aberta, têm como vantagem a sua flexibilidade quanto à duração, podendo ser mais aprofundada em determinada temáticas sem a pressão da contagem do tempo. Além disso, a interação estabelecida entre o entrevistador e o entrevistado favorece respostas mais espontâneas, havendo uma maior proximidade e abertura entre eles. Deste modo, são entrevistas que facilitam na investigação de aspetos afetivos e valorativos dos entrevistados, atribuindo significados pessoais às suas atitudes e comportamentos.

Para a realização de entrevistas foi elaborado um guião baseado nas três questões gerais a que este estudo se propõe responder: influências, razões e dificuldades enfrentados pelas entrevistadas. Cada questão tem por base toda a literatura referenciada ao longo do capítulo I, como se demonstra nas tabelas seguintes (tabelas 3 e 4).

Tabela 3 – Questões de investigação tendo por base a Revisão Teórica

Quais as influencias (familiares e socais) para se tornar empreendedora?	Qual a razão para ser empreendedora (oportunidade/necessidade)?	Quais as dificuldades sentidas em se tornar empreendedora em Portugal?
Literatura de Base		
<ul style="list-style-type: none"> - Apergis, N., & Economou, V. P. (2010). - Buttner, E. H. (2001). - Díaz-Garcia, M. C., & Jiménez-Moren, J. (2010). - Greene, P. G., Brush, C. G., & Gatewoodln, E. J. (2007). - Justo, R. (2008). - Machado, H. V. (2002). - Minniti, M., & Naude, W. (2010). - Peñaloza, V., Diógenes, C. G., 	<ul style="list-style-type: none"> - APME - Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias (Set. 2007). - Buttner, E. H. (2001). - GEM. (2007). - GEM. (2012). - Hisrich, R. D.; Peters, M. P. (2004). - Sebrae (2008). 	<ul style="list-style-type: none"> - Andreoli, T. P.; Borges, W. A. (2007). - Bayagan, G. (2000). - Célestin, J.-B. (2002). - Cloutier, L.; Bernard, P.; Tremblay, D.-G. (2009). - Delors, Jacques (1996). - GEM. (2012). - Greene, P. G., Brush, C. G., & Gatewoodln, E. J. (2007). - Guvenen F., Kuruscu B., Ozkan S. (Nov. 2009). - Instituto Nacional de Estatística (2012). - Instituto Nacional de Estatística (2013). - Lindo, M. R., Cardoso, P. M., Rodrigues, M. E., & Wetzels, U. (2007). - Machado, H. V. (2002). - Marlow, S., & Patton, D. (2005). - Murani, Margaret. (2003). - Portela, J., Hespanha, P., Nogueira, C., Teixeira, M. S. & Batista, A. (2008). Silveira, A., & Gouvêa, A. B. (2008).

Fonte: Conceção própria

Tabela 4 – Questões de investigação e questões da entrevista

Questões da Entrevista		
Que fatores a influenciaram a tornar-se empreendedora?	Houve algum acontecimento que a levou a iniciar o negócio? (Demissão? Insatisfação no trabalho? Outros?)	Fez algum tipo de planeamento para a abertura do negócio?
Alguém da sua família é empreendedor (a)?	Como identificou a oportunidade do negócio?	Iniciou sozinha ou em sociedade? Caso tenha sido com sócios: eles completaram as suas habilitações/competências para iniciarem o negócio?
A sua formação (faculdade/curso/colégio) foi importante para a abertura do negócio?	Quais os seus pontos fortes e pontos a melhorar como empreendedora?	Quais as maiores dificuldades enfrentadas no negócio e como foram superadas?
Qual experiência profissional que teve antes de tornar-se empreendedora?		De que forma sua carreira afetou sua vida familiar?
		Qual é o lado positivo e o lado negativo de ser empreendedora?
		Quais conselhos que daria a alguém que pretende abrir um negócio?
		Como encara o mercado competitivo de Portugal?
		Já sofreu ou sofre algum tipo de preconceito ou dificuldades por ser mulher, dona de um próprio negócio?

Fonte – Conceção Própria

2.4. Estudo multicasos: a entrevista exploratória

Neste capítulo irão ser apresentadas as descrições dos casos analisados e, posteriormente, será efetuada uma análise comparativa entre eles e com a literatura de base.

Caso 1: O caso da empreendedora Albina Neto

A empreendedora Albina é sócia-gerente do restaurante “Água Mole” situado no concelho de Paços de Ferreira. Desde muito jovem sentiu ter tendência para negociar. Tinha apenas 14 anos quando pediu ao seu pai um cordão em ouro e ele, em vez de lhe dar o cordão, deu-lhe uma máquina de costura para que pudesse fazer alguns arranjos em casa e ganhar algum dinheiro com isso. Assim o fez, e passado alguns meses, conseguiu com o seu próprio dinheiro comprar o cordão. Considera que esta foi a sua primeira experiência empreendedora e, após esta, seguiram-se muitas outras.

A Albina tem mais três irmãs e quatro irmãos, sendo que apenas duas das suas irmãs não têm um negócio por conta própria. Porém, atribui a influência para o empreendedorismo ao pai que também sempre teve negócios próprios e a incentivou a fazer o mesmo.

Em 1982 teve a sua primeira papelaria, juntamente com o marido. Um dos seus irmãos era dono da papelaria e queria vendê-la. A Albina achou que seria uma boa oportunidade de negócio e comprou-lha com algum dinheiro que já tinha e foi-lhe pagando aos poucos o restante valor. Nunca necessitou de pedir um empréstimo bancário ao longo de toda a sua carreira profissional, só comprava ou iniciava um novo negócio quando tinha poupanças suficientes para isso.

Depois desta papelaria situada no concelho de Paços de Ferreira, a Albina teve outra situada em Paredes, teve ainda uma loja dos 300, um salão de jogo, um self-service, um café e tem agora um restaurante.

Ao longo destes 30 anos de carreira, julga que nunca foi alvo de preconceito ou teve mais obstáculos a nível profissional por ser mulher. Porém teve algumas dificuldades em conciliar a sua vida profissional com a sua vida familiar. A Albina tem 2 filhos e nunca teve muito tempo para lhes dedicar. O seu primeiro filho foi criado pelos pais da Albina e o segundo filho ficava entregue a uma ama. Infelizmente não conseguiu acompanhar o seu desenvolvimento e educação como queria, pois a sua carreira profissional tão agitada não lho permitiu. Espera agora ter mais tempo para criar os seus netos, quando os tiver.

Caso 2: O caso da Empreendedora Sónia Brochado

A empreendedora Sónia é proprietária de uma empresa que usa o marketing e a área comercial para criar impacto, a “BTrust”.

Até aos 13 anos a Sónia viveu em Cinfães do Douro, terra que decidiu deixar para ir viver e estudar para Vila Nova de Gaia onde tirou a licenciatura em Gestão de Empresas.

Ao longo da sua experiência profissional, passou por um leque bastante diferenciado de instituições. Foi produtora do programa da RTP1 “Mudar de Vida” que visava inspirar e informar todas as pessoas que sonhavam trabalhar por conta própria. Trabalhou ainda como diretora de marketing direto do grupo JAP, com mais de 400 colaboradores. Foi diretora executiva da Associação Nacional de Jovens Empresários e, depois de três anos a apoiar empreendedores, surgiu um convite para ser consultora de marketing no Instituto de Informação em Franchising. Convite que a levou para Lisboa, onde incitou a sua atividade como profissional liberal.

Em 2011 nasce a “BTrust”, empresa que criou devido à sua vontade de ter um negócio próprio e à sua necessidade de deixar Lisboa e voltar para o Porto, local escolhido para ser a sede da empresa. Considera que o sucesso da sua empresa se deve ao serviço que presta, como sendo um serviço de excelência e distinto da demais concorrência. Tendo em conta que a maior dificuldade que sentiu até ao momento foi o elevado número de concorrentes que tem no mercado, usa a referenciação e diferenciação dos serviços prestados como vantagem competitiva.

Depois ter conseguido consolidar a sua presença no mercado nacional, pretende vir a ser a parceira de empresas portuguesas que se internacionalizem e que necessitem de equipas para implementar as suas ações de marketing nos novos mercados. Ambiciona a longo prazo que a “BTrust” seja reconhecida como a melhor parceira de negócio na área de implementação de ações de marketing.

Relativamente à sua vida familiar, julga que saiu reforçada e melhorada desde que se tornou empreendedora, tendo mais flexibilidade de horário para a família e, por consequência, sentindo-se uma mulher mais realizada a nível pessoal e profissional. Para além disso, nunca sentiu qualquer tipo de preconceito ou discriminação por ser uma mulher empreendedora, pelo contrário, considera ter sido apoiada a todos os níveis.

Caso 3: O caso da Empreendedora Maria Alice Neto

A empreendedora Alice é sócia-gerente do self-service “Bico d’Obra” situado no concelho de Paços de Ferreira. Começou a trabalhar com apenas 10 anos, os seus pais tinham uma mercearia e foi onde começou a trabalhar. A sua carreira profissional foi sempre por conta de outrem. Emigrou para a Suíça em 1985 e trabalhou como empregada de limpeza e como auxiliar num lar residencial. Voltou para Portugal em 1993 e esteve dois anos sem trabalhar. Não conseguindo arranjar nenhum emprego decidiu abrir um negócio com a sua irmã. Assim, em 1995, iniciou a sua carreira profissional por conta própria, tendo como sócia do self-service a irmã mais nova. Depois disso teve ainda uma gelataria durante alguns anos que acabou por passar.

A Alice tem mais quatro irmãos e três irmãs, sendo que seis dos seus irmãos são empresários. Atribui a influência para o empreendedorismo à sua irmã mais nova que a incentivou e apoiou na abertura do seu negócio.

Quando abriu o self-service alugou a loja e não necessitou de pedir empréstimo para o recheio, tendo algumas economias de parte. Porém, em 2007, após alguma insistência para que o proprietário da loja lhe vendesse a mesma, teve de pedir um empréstimo à banca, tendo optado pela locação financeira.

Considera nunca ter sido alvo de preconceito enquanto mulher empreendedora, nem de dificuldades a nível profissional nem pessoal. A Alice tem dois filhos, e como iniciou a sua atividade empreendedora já tarde, o filho mais velho já era adulto e o mais novo adolescente e sempre conseguiu acompanhar a sua educação sem problemas. Afirma ainda que teve sempre o apoio do marido na sua carreira profissional e que de outra forma talvez não tivesse a coragem de arriscar.

Caso 4: O caso da Empreendedora Olga Faria

A empresa da empreendedora Olga é um site Web que promove experiências, turismo e produtos nacionais.

A empresa surgiu da vontade de criar e ter o seu próprio projeto, estando insatisfeita com o seu emprego anterior. Antes de ser empreendedora, a Olga foi assessora de imprensa, produtora de conteúdos e empresária no ramo de turismo. Porém sentia-se insatisfeita com o seu trabalho. Queria trabalhar noutra ramo e em nome individual. Assim, fez alguma pesquisa de mercado e de tendências e decidiu em 2012 criar a “N’Coisas Nossas”.

É um projeto que tenta promover o que mais genuíno se faz em Portugal, tendo como parceiros marcas e empresas 100% nacionais. Para além de divulgar a gastronomia portuguesa, experiências e eventos, tem, também, produtos de marca própria.

As maiores dificuldades que sentiu para iniciar o seu projeto foram a nível financeiro, tendo sentido alguns obstáculos na obtenção de apoios e incentivos financeiros para a concretização do negócio. Para além disso, considera que necessitava de um Plano de viabilidade e de um maior apoio na criação do seu plano de negócio.

No que concerne a sua vida familiar, julga que esta foi beneficiada com a sua atividade enquanto empreendedora, pois tem mais facilidade na gestão dos seus horários e, por isso, consegue uma maior compatibilização com os horários do marido e filhos.

Da sua experiência enquanto empreendedora, refere que os aspetos mais positivos são a possibilidade de imaginar, criar e desenvolver a própria marca, ter, ainda, a oportunidade de vingar no mercado pela diferenciação de serviços e produtos que oferece e pela ousadia na forma de o fazer. Porém, e como em qualquer negócio, existem sempre riscos associados, que podem ser minimizados se for feito um bom estudo de viabilidade do projeto e um bom plano de negócios.

Finalmente refere que nunca sofreu nenhum tipo de preconceito nem dificuldade acrescida por ser mulher empreendedora em Portugal.

Caso 5: O caso da Empreendedora Raquel Oliveira

A empreendedora Raquel Oliveira é uma bracarense que abriu em 2011 a empresa “Resgate da Essência” com sede em Braga. É licenciada em contabilidade e administração e iniciou a sua atividade profissional nessa altura, tendo trabalhado numa clínica de acupunctura. Encara esta experiência como um estágio para o que faz agora profissionalmente.

Após o término da sua licenciatura, a empreendedora ainda trabalhou durante alguns anos na área da contabilidade, porém a insatisfação sentida no local de trabalho aliada à vontade de constituir o seu próprio negócio, numa área de atividade do seu agrado, levou-a a iniciar o seu projeto “Regate da Essência”.

Por motivos de saúde, a Raquel teve de recorrer a terapias alternativas aos 16 anos e, desde então, desenvolveu um gosto especial pela cultura oriental. Assim, decidiu investir num negócio ligado a esta área.

O Resgate da Essência pretende "promover práticas associadas à medicina integrativa como “motor” para o aumento da qualidade de vida e bem-estar, conduzindo a um aumento da saúde, da autoestima, da confiança, da atitude, como meio para obtenção de um equilíbrio e qualidade de vida individual e familiar”.

Desde a abertura do seu negócio, a Raquel tem vindo a investir na sua formação, tendo-se tornado aluna de mestres tibetanos reconhecidos internacionalmente e desloca-se, sempre que pode, para ter mais formação de Tog Chod.

Considera que os seus maiores pontos fortes enquanto empreendedora são a sua forte motivação e empenho, o conhecimento que possui do mercado e das expectativas do público-alvo, o conhecimento do processo e funcionamento das empresas prestadoras de serviços na área da medicina integrativa, a continuidade de formações e ações a que se proponho frequentemente em Portugal e noutros países e, finalmente, o crescente aumento da procura da população por terapias naturais como alternativa à medicina convencional.

Relativamente às dificuldades que sentiu quando iniciou a sua atividade, foram os recursos financeiros limitados e o facto de ser uma empresa em início de atividade, sem imagem ou nome implementado no mercado. Refere, ainda, que o início da sua atividade empreendedora também levou a uma necessidade de ajuste de horários em termos familiares, tendo agora menos tempo para estar com a família.

Ao longo destes anos nunca sentiu ter sido alvo de preconceito ou dificuldade por ser mulher. Em relação ao seu futuro, a Raquel pretende continuar a investir em novos desafios “aumentando e complementando conhecimentos de forma a aprofundar competências e para um crescimento pessoal/profissional contribuindo para a Saúde e para o Bem-estar dos que me procuram”.

Caso 6: O caso da Empreendedora Anabela Neto

A empreendedora Anabela é sócia da fábrica de móveis “NelsoMóveis” situada no concelho de Paços de Ferreira.

A influência para ser empreendedora foi sentida desde muito cedo pela Anabela, que tinha como maior impulsionador o seu pai, também ele empreendedor. A empresa que hoje tem foi herdada do pai, que há 10 anos lhe deixou. Desde então a Anabela e o seu sócio, têm vindo a desenvolver uma marca associada, a “Intelligent Furniture” associada à qualidade, à inovação e automatismo dos nossos produtos. Esta nova marca, em parceria com a Universidade do Minho, propõe aliar as novas tecnologias ao mobiliário. Mesas inteligentes, que abrem e fecham sozinhas são a última inovação criada pela empresa.

A Anabela frequentou a licenciatura em Ensino Básico – Variante Português-Francês, e ainda deu aulas durante alguns anos. Porém, a dificuldade em conseguir vaga no ensino e a insatisfação cada vez maior com o estado da educação em Portugal, levou a investir o seu tempo e trabalho na empresa da família. Assim, trabalhou durante 15 anos como gestora da empresa até que passou a sócia da mesma. Desde então, e para além da aposta na “Intelligent Furniture”, a empreendedora também avançou com o sonho do pai de internacionalização. Em 2008 a “NelsoMóveis” abriu uma fábrica em Moçambique com 10 funcionários locais e com a supervisão, numa fase inicial, do sócio da empresa.

Após entrada no mercado africano, a Anabela considera ter conquistado uma grande vantagem competitiva e uma concretização pessoal e profissional.

Relativamente às dificuldades sentidas, refere que a internacionalização não foi fácil, no que concerne ao apoio financeiro e, principalmente, às normas e regras políticas a que teve de obedecer.

A nível familiar, a sua atividade enquanto empreendedora não trouxe grandes diferenças, estando já há alguns anos na empresa e conhecendo bem o trabalho que iria desenvolver. Porém, acredita que tendo dois filhos já adultos, não teria conseguido gerir a empresa enquanto fossem ainda crianças devido à sua grande ligação aos filhos e às exigências que sabe que a empresa necessitaria.

Finalmente salienta que não sentiu nunca dificuldades ou preconceitos em ser mulher, nem a nível nacional nem internacional.

Caso 7: O caso da Empreendedora Ana Luísa Oliveira Pais

A empresa da Ana nasceu no início do presente ano de 2014, em Oliveira de Azeméis. Este novo projeto foi iniciado a título individual pela Ana, mas conta agora com o apoio de uma sócia, a Carla Pereira que com as suas competências de Técnica de Qualidade e igual paixão familiar pelas abelhas e pelo mel, trouxe ao projeto mais-valias técnicas organizacionais.

A empreendedora Ana tem a licenciatura em Gestão Turística e iniciou a sua atividade profissional como monitora numa colónia de férias, trabalhou, depois, como rececionista em hotelaria de 4 e 5 estrelas, técnica de guia de turismo em Cartagena e Administrativa no centro de saúde.

Porém, a paixão pela inovação, pela ideia de negócio das abelhas e do mel, a disponibilidade e oportunidade de começar do zero, levaram-na a apostar no seu próprio negócio. Assim, o facto de ter tido a oportunidade de começar do zero, fez com que pudesse dedicar-se a totalmente à ideia de negócio que andava a namorar há já algum tempo.

Conseguiu identificar esta oportunidade por se tratar de uma ideia inovadora inexistente em Portugal e em muito poucos locais no mundo, pela sua paixão pelas abelhas e pelo mel. Para além disso, a exequibilidade da ideia de negócio a nível económico, e a escalabilidade do projeto levou a que apresentasse o projeto ao IAPMEI e, através dos incentivos do Passaporte para o Empreendedorismo, conseguiu apoio financeiro durante um ano.

Assim nasceu a “Beesweet”, apresentando um novo mel cru, aromatizado de forma natural com diferentes sabores para conseguir satisfazer os gostos dos seus potenciais clientes. Este novo mel, para além de ser produzido com um tipo específico de floração de mirtilo, conta, ainda, com uma embalagem esteticamente inovadora, leve, ergonómica, limpa e prática.

Com este projeto, a empreendedora já conquistou diversos prémios, entre os quais: 1º lugar no Startup Pirates pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra; 1º lugar Youth Bussines em Oliveira de Azeméis; Classificadas para a 5ª etapa no Acredita Portugal; projeto em destaque no Aveiro Empreendedor e projeto reconhecido no Programa Indústrias Criativas - The Next Big Idea.

Sendo um projeto ainda recente, a “Beesweet” fez a sua apresentação internacional em maio de 2014 na INTERWINE em Guangzhou - China. Integrou, junto com a Associação de Jovens Empresários Portugal China, uma importante Missão em Macau, Hong Kong, Jiangmen e Zhuhai onde obteve uma grande receptividade ao produto por parte da população.

Considera que as maiores dificuldades que encontrou, até ao momento, foi ter de colocar consecutivamente à prova a viabilidade do projeto e pôr de lado o que não é exequível, ajustando alguns conceitos. Refere, ainda, que o lado positivo deste projeto foi a aprendizagem constante, o crescimento profissional e pessoal e o desenvolvimento de competências relacionadas com o mundo dos negócios. Realça, também, que o que mais a motiva é a liberdade de escolha para implementar as suas ideias no projeto. Porém, a responsabilidade e a perspicácia de saber qual o passo certo seguinte são as maiores dificuldades que tem sentido.

Relativamente à sua vida familiar julga que não foi de todo afetada desde o início do seu projeto, não tendo feito grandes conceções pessoais em prol desta nova empresa. Finalmente, até ao momento, não sentiu preconceitos nem dificuldades na sua atividade empreendedora enquanto mulher.

Caso 8: O caso da Empreendedora Rosário

A empreendedora Rosário é proprietária há 24 anos de duas agências de turismo. Desde muito cedo começou a trabalhar na área, sendo chefe de vendas por conta de outrém durante dez anos e devido à insatisfação com a empresa onde era colaboradora e com as condições financeiras que tinha na altura, decidiu apostar num negócio por conta própria.

Considera que em 1992 havia grandes oportunidades na área do turismo, sendo um período de grande prosperidade da atividade. Assim, abriu a sede em Paços de Ferreira, pois tendo em conta a região envolvente, resolveu apostar numa zona de grande crescimento industrial e potencial expansão. Mais tarde abriu uma filial em Paredes, encarando-a também como uma franca oportunidade de mercado.

Iniciou a sua atividade empresarial com um sócio, mas neste momento é a única proprietária das duas agências “Turitropical”. O facto de ter um sócio numa fase inicial ajudou a dividir o trabalho e a tentar conciliar a sua vida profissional com a pessoal. Apesar disso, considera que uma das maiores dificuldades que teve foi conseguir conciliar os primeiros anos de vida dos seus filhos com a sua atividade. Hoje considera ter conseguido superar esta fase da melhor forma possível, não afetando nem a família nem o trabalho.

Refere que as grandes vantagens de ser empreendedora é ter melhores condições financeiras, independência e, por consequência, uma autoestima mais elevada. O seu sucesso após tantos anos num mercado que é cada vez mais competitivo são a sua capacidade de trabalho e não estagnar em termos de criatividade, pois sem isso não conseguiria enfrentar os seus concorrentes.

Relativamente às desigualdades ou preconceitos sentidos enquanto mulher empreendedora menciona que nunca sentido qualquer tipo de diferença no tipo de tratamento que lhe é dado.

2.5. Análise dos Resultados

A tabela 5 apresenta o resumo das principais características das empreendedoras entrevistadas.

Tabela 5 - Perfil das Entrevistadas

Perfil das Entrevistadas								
Empreendedora 1	51	36	55	37	33	48	32	49
Empreendedora 2	Licenciatura	Licenciatura	4º Ano	Licenciatura	Licenciatura	Licenciatura	Licenciatura	Licenciatura
Empreendedora 3	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
Empreendedora 4	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
Empreendedora 5	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Empreendedora 6	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Empreendedora 7	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Empreendedora 8	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Empreendedores na Família								
Sócios no Negócio		Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim

Fonte: Elaborado com base em informações das entrevistadas

Podemos verificar que a faixa etária de mulheres entrevistadas é de 42,6 anos (com desvio padrão de 8,5) e por isso encontra-se muito próxima da média nacional correspondente a 43,1 anos, segundo os dados do INE (2003) anteriormente referenciados. Confirma-se, assim, o perfil geral traçado por Bayagan (2000) no qual a faixa etária se situa entre os 35 e 50 anos, sendo que as duas empreendedoras com mais idade, a empreendedora Alice e a Albina, estavam neste intervalo aquando do início da atividade empreendedora.

Para além disso, confirma-se que a maioria das entrevistadas possuem habilitações de nível superior, tendo apenas duas empreendedoras habilitações de nível básico mas também são as que têm uma idade mais avançada.

Relativamente à questão sobre influência empreendedoras na família, apenas uma das entrevistadas refere que não tem ninguém da família nuclear que seja empreendedor. As restantes identificam a influência maioritariamente do pai que também era empreendedor.

Finalmente, verifica-se que a maioria das empreendedoras têm ou já tiveram a presença de um sócio no negócio, possivelmente para dividir trabalho numa fase inicial de implementação de negócio.

De seguida analisa-se o perfil das empresas criadas pelas entrevistadas.

No que concerne ao perfil dos negócios das empreendedoras, verifica-se que são maioritariamente empresas com pouco tempo de fundação, e as atividades relacionam-se maioritariamente com o setor de atividade de serviços (7 em 8). Relativamente ao tamanho das empresas, confirma-se o perfil global de Bayagan (2000) que indica que as mulheres têm predominantemente negócios de pequena dimensão. Outro dado importante é que em todos os casos analisados as empreendedoras criaram os negócios em áreas onde já tinham trabalhado ou com as quais têm uma grande afinidade.

Tabela 7 - Síntese de Questões por Entrevistada e Moda

	Empreendedora 1	Empreendedora 2	Empreendedora 3	Empreendedora 4	Empreendedora 5	Empreendedora 6	Empreendedora 7	Empreendedora 8	Moda
1. Que fatores a influenciaram a tornar-se empreendedora?	Independência financeira.	Desejo de ter o próprio negócio e realização pessoal.	Independência financeira e realização pessoal.	Realização pessoal e Independência	Realização pessoal.	Independência e estabilidade financeira.	Paixão pela ideia de negócio e pela inovação e realização pessoal.	Independência e estabilidade financeira.	Realização pessoal e independência.
2. Houve algum acontecimento que a levou a iniciar o negócio? (Demissão? Insatisfação no trabalho? Outros?)	Não.	Não, apenas vontade de voltar para o Porto.	Desemprego.	Insatisfação no trabalho.	Insatisfação no trabalho.	Desemprego.	Não.	Insatisfação no Trabalho.	Nenhum acontecimento
3. A sua formação (faculdade/curso/colégio) foi importante para a abertura do negócio?	Não.	Sim.	Não.	Não.	Sim.	Não.	Sim.	Não.	Não.

4. Como identificou a oportunidade do negócio?	Identificou uma oportunidade de mercado.	Análise da experiência e vocação apontada pelos chefes.	Identificou uma oportunidade de mercado.	Pesquisa de mercado e de tendências.	Através de um plano de negócios.	Negócio de Família.	Ideia inovadora em Portugal.	Identificou uma oportunidade num período de crescimento da atividade.	Identificação de uma oportunidade de mercado.
5. Faz algum tipo de planeamento para a abertura do negócio?	Não.	Não.	Não.	Não.	Sim.	Não.	Sim.	Sim.	Não.
6. Qual experiência profissional que teve antes de tomar-se empreendedora?	Sempre trabalhou por conta própria.	Produtora; Diretora de Marketing; Diretora Executiva; Consultora de Marketing.	Empregada da limpeza; Auxiliar num lar.	Assessoria de imprensa; Produção de conteúdos; Empresa em Ramo de Turismo.	Contabilista.	Professora.	Aprendimento ao público; Monitora; Recetionista em hotelaria; Técnica de guia de turismo; Administrativa.	Técnica de turismo.	Diversificada
7. Iniciou sozinho ou em sociedade? Caso tenha sido com sócios: eles completaram as suas	Sociedade.	Sozinha.	Sociedade.	Sozinha.	Sozinha.	Sociedade.	Sozinha.	Sociedade.	Sociedade.
									F.

<p>8. Quais os seus pontos fortes e pontos a melhorar como empreendedor?</p>	<p>Pontos Fortes: Persistência e Polivalência. Pontos a Melhorar: Teimosia.</p>	<p>Pontos Fortes: Persistência. Pontos a Melhorar: Humildade.</p>	<p>Pontos Fortes: Criatividade, Persistência, Comunicação. Pontos a Melhorar: Gestão do Projeto.</p>	<p>Pontos Fortes: Motivação e empenho; Conhecimento do mercado; Investimento na formação; Crescente aumento da procura.</p>	<p>Pontos Fortes: Genunidade, paixão, dedicação, motivação, profissionalismo e responsabilidade. Pontos a melhorar: ponderação e estruturação.</p>	<p>Pontos Fortes: Persistência, Polivalência. Pontos a Melhorar: Humildade.</p>
<p>9. Quais as maiores dificuldades no negócio e como foram superadas?</p>	<p>Elevado número de concorrentes. Usa a referência para combater.</p>	<p>Concorrência. Usa a diferenciação para combater.</p>	<p>Financiosos; Falta de Plano de Viabilidade; Gestão do Projeto.</p>	<p>Recursos financeiros limitados; Empresa em início de atividade, sem imagem ou nome no mercado.</p>	<p>Concorrência. Colocar consecutivamente à prova a viabilidade do projeto.</p>	<p>Concorrência. Recursos financeiros. Pontos a melhorar: pessoal.</p>
<p>10. De que forma sua carreira afetou sua vida familiar?</p>	<p>Mais flexibilidade de tempo.</p>	<p>Não afetou. Maior realização.</p>	<p>Melhorou a vida familiar, havendo maior</p>	<p>Sentiu necessidade de ajustar</p>	<p>Não afetou. Não afetou. Teve menos tempo para os filhos.</p>	<p>Não afetou a vida familiar. os filhos.</p>

vida familiar?	para a família. Maior realização.	facilidade de gestão de horários.	horários familiares.	
11. Qual é o lado positivo e o lado negativo de ser empreendedor?	<p>Lado Positivo: Independência</p> <p>Lado Negativo: Falta de apoio aos filhos.</p>	<p>Lado Positivo: Independência</p> <p>Lado Negativo: Nenhum.</p>	<p>Lado Positivo: Trabalhar em algo do seu agrado; Crescimento pessoal e profissional</p> <p>Lado Negativo: Riscos associados</p>	<p>Lado Positivo: aprendizagem constante, crescimento profissional e pessoal, desenvolvimento o de competências relacionadas com o mundo dos negócios. Liberdade de escolha para implementar as nossas ideias no projeto. Lado Negativo: a responsabilidade e participação de saber qual o</p>

<p>12. Quais conceitos, que daria a alguém, que pretende abrir um negócio?</p>	<p>Nunca desistir.</p>	<p>Seguir o instinto.</p>	<p>Nunca desistir.</p>	<p>Ser arrojado, não recuar e correr riscos controlados; Seguir estratégias e ser suficientemente e perspicaz para atingir os objetivos.</p>	<p>Inovar e nunca desistir.</p>	<p>Perseguir todas as opções de viabilidade de negócio; testes de conceito e de mercado, qual o posicionamento no mercado e quais os clientes; elaborar um plano de negócios.</p>	<p>Trabalhar de uma forma séria, eficaz e com alguma humildade.</p>	<p>Nunca desistir; Realização do Plano de Negócios.</p>
<p>13. Como encara o mercado competitivo de Portugal?</p>	<p>Cada vez mais competitivo.</p>	<p>Mercado muito interessante.</p>	<p>Cada vez mais competitivo.</p>	<p>Tendência para uma maior globalização ao nível de vida empresarial. Dificuldade de financiamento e carga fiscal.</p>	<p>Cada vez mais máis competitivo e exigente.</p>	<p>Cada vez mais competitivo e exigente.</p>	<p>Saudável utilizando o lema que quem faz bem será reconhecido.</p>	<p>Competitivo e exigente.</p>

2.5. Conclusão

Ao longo deste Capítulo é apresentada a classificação da pesquisa e metodologia. A abordagem usada foi a qualitativa, sendo a técnica escolhida para este estudo, a entrevista semiestruturada assente nas três grandes questões de investigação.

Posteriormente é feita a delimitação do estudo e amostra, identificando-se as mulheres portuguesas empreendedoras com negócio por conta própria há pelo menos 6 meses.

Apresentam-se as questões integrantes do Guião de Entrevista, tendo por base a revisão teórica abordada no Capítulo I do trabalho. As entrevistas foram gravadas e, posteriormente, transcrita, pelo que se apresenta um resumo de cada entrevista realizada.

Finalmente é feita a análise dos resultados obtidos, sintetizando-se a informação do perfil das entrevistas e das empresas estudadas. É ainda apresentado um quadro síntese por questão, onde são evidenciadas as respostas de cada entrevista e a moda para cada uma das questões.

CONCLUSÕES

Sumário Dissertação

Tendo em conta a problemática exposta, fundamentou-se três questões gerais de investigação, que são essencialmente um conjunto de perguntas para as quais se pretendeu obter respostas. Das três questões elaboradas, foi possível aferir o seguinte:

Q1: Quais as influências (familiares e sociais) para se tornar empreendedora?

Relativamente às influências familiares para se tornarem empreendedoras, a grande maioria das entrevistadas refere que foram influenciadas e incentivadas pelo pai, também ele empreendedor, a ter um negócio por conta própria. Assim, existe um padrão nas entrevistas realizadas em identificar o pai como principal agente influenciador da atividade empreendedora.

No que concerne às razões que levaram as entrevistadas a apostar num negócio por conta própria relacionam-se sobretudo com o desejo de realização pessoal e independência. Algumas apontam ainda como fator positivo da atividade, a flexibilização do horário de trabalho conseguindo assim conjugar mais facilmente a vida profissional com a familiar. Este facto vem assim reforçar o estudo de Apergis e Economou (2010) que referiam a flexibilização horária como um fator encorajador para o trabalho por conta própria. Também Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008) haviam identificado estes dois fatores como os mais usualmente identificados em empreendedoras.

Dos motivos enumerados pelas entrevistadas, a paixão pelo que fazem é o ponto comum entre todas, o que revela que apesar da razão que as levaram a iniciar a sua atividade profissional ser diferente, a razão para continuarem a apostar cada vez mais nas suas empresas é a mesma. Assim, e de acordo com a teoria de Hisrich (2004) já referida, as mulheres procuram não apenas uma nova profissão, mas principalmente uma realização pessoal.

Q2: Qual a razão para ser empreendedora (oportunidade/necessidade)?

A motivação para a abertura do negócio da maioria das empreendedoras deve-se à vontade de realização pessoal e independência, aliadas à perceção de oportunidade de mercado, enquadrando-se segundo o GEM Portugal (2012) por empreendedorismo por oportunidade. Desta forma, a maioria das empreendedoras entrevistadas iniciou a sua atividade por conta própria devido à identificação de uma oportunidade do mercado. Apenas a empreendedora Alice revelou ter iniciado a sua atividade profissional por falta de emprego, enquadrando-se no empreendedorismo por necessidade, tendo em conta a definição do GEM Portugal (2012).

Confirma-se, assim, os dados referidos anteriormente do GEM Portugal (2012) quanto ao aumento da percentagem de indivíduos que se tornam empreendedores devido à possibilidade de aproveitar uma oportunidade de negócio, em detrimento da falta de melhores opções de trabalho.

A identificação da oportunidade de mercado foi, para algumas das entrevistadas, impulsionada por uma insatisfação no trabalho anterior, que não lhes proporcionava a realização pessoal e profissional desejada.

A maioria das empreendedoras identificou como principais pontos fortes a persistência e a polivalência. Consideram que estas características poderão ter facilitado o impulsionamento do empreendedorismo por oportunidade.

Q3: Quais as dificuldades sentidas em se tornar empreendedora em Portugal?

Relativamente às dificuldades sentidas pelas entrevistadas, as empreendedoras Albina e Rosário revelam que a maior dificuldade que sentiram foi em conciliar o papel de mãe com a vida profissional. Consideram ter descurado um pouco da educação dos filhos em prol da carreira e ter perdido alguns anos da vida dos filhos. Porém, o esforço e a dedicação que fizeram acabaram por reforçar os laços familiares ao longo dos anos.

As empreendedoras Anabela, Olga e Raquel identificam como principal dificuldade os recursos financeiros limitados no arranque da atividade profissional. Pois, o facto de não terem ainda imagem ou nome implementado no mercado dificultou o acesso a financiamentos, confirmando-se a teoria de Marlow e Patton (2005) que evidenciava a dificuldade sentida pelas empreendedoras no acesso a financiamento. Porém, este facto não se deve a uma possível discriminação para com as mulheres como defendia Greene et al. (2007), deve-se sobretudo ao estado atual da economia. Finalmente, as empreendedoras Ana e Sónia referem que a maior dificuldade que enfrentaram até ao momento deveu-se ao elevado número de empresas concorrentes no mercado e a consecutiva prova à viabilidade do projeto e conseqüente necessidade de ajustamento.

No que concerne às vantagens de serem empreendedoras, a maioria das entrevistadas apontou a independência e a realização pessoal como fatores mais positivos da atividade profissional, confirmando-se assim a teoria de Greene et al. (2007) que apontava como motivações primárias o desejo de independência e aspiração pela satisfação no trabalho, entre outras. Também Machado et al. (2003) apontaram que as empreendedoras abrem empresas por razões de desejo de realização e independência.

O lado menos positivo da atividade empreendedora apontado pelas entrevistas Albina, Raquel e Rosário foi a vida familiar, pois acabaram por ter menos tempo para dedicar à família. Esta questão foi também identificada por Machado (2002) que evidenciava a dificuldade em conciliar o trabalho e a família por parte de empreendedoras.

Contudo, as empreendedoras Sónia e Olga consideram que a flexibilidade de horários ajudou a conciliarem a sua vida familiar com a profissional, confirmando-se a teoria de Buttner (2001) que refere a flexibilização de horário como um dos fatores que move algumas mulheres a serem empreendedoras.

Finalmente, ao contrário do referido por autores como Murano (2003), Delors (1996), Silveira & Gouvêa (2008), Marlow e Patton (2005), Geene et al (2007), nenhuma das empreendedoras entrevistadas sentiu ao longo dos anos de atividade profissional qualquer tipo de preconceito ou

desigualdade de género; pelo contrário, todas salientam o facto de terem sido bastante apoiadas quer pelos parceiros de negócios, clientes, fornecedores ou mesmo investidores.

Limitações da análise efetuada

As conclusões retiradas da investigação realizada devem ser analisadas tendo em conta o contexto das suas limitações específicas.

Ao longo do estudo destaca-se o facto de, apesar de se tratar de um estudo de caso múltiplo, o número de entrevistas diminuto não permite a generalização ou a transferibilidade teórica dos resultados. Este facto deve-se, entre outros fatores, ao estudo qualitativo que tendo como principal instrumento a entrevista semiestruturada é uma forma de recolha de dados morosa e minuciosa.

A amostra por conveniência é outra das limitações deste estudo, sendo apesar de tudo diversificada, não foi aleatória devido às dificuldades de adesão de algumas empresárias à entrevista por constrangimentos geográficos.

Tópicos para Investigação Futura

Tendo em conta que este estudo é um ponto de partida para fomentar ainda mais o empreendedorismo feminino em Portugal, deve ser salientado que ainda ficaram diversas lacunas por preencher, devendo estas ser as bases para futuros temas de investigação.

Poderão ser utilizadas outro tipo de metodologias para tirar novas conclusões. Podendo-se optar pela combinação de metodologias qualitativas com quantitativas, reforçando a sua complementaridade.

A influência genética ou hereditária que os progenitores empreendedores têm sobre filhas potencialmente empreendedoras poderia também ser alvo de um estudo mais pormenorizado.

Assim, deverão ser reorientadas e reelaboradas questões de investigação distintas, tendo em conta o conjunto de evidências reunidas e a análise efetuada neste estudo, podendo também juntar-se novos insights para dar origem a novas investigações.

BIBLIOGRAFIA

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30 (5), 595-621.
- Allen, E., Langowitz, N., Elam, A., e Dean, M. (2007). *The Global Entrepreneurship Monitor 2007 Report On Women and Entrepreneurship*.
- Anderson, D. R.; Sweeney, D. J.; Williams, T. A. (2008). *Estatística Aplicada à Administração e Economia – 2 ed.* São Paulo: Cengage Learning.
- Andreoli, T. P.; Borges, W. A. (2007). *Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um Pequeno Negócio*, Paraná, p.1-11.
- Apergis, N., e Economou, V. P. (2010). *Incentives and female entrepreneurial activity: evidence from panel firm level data*. *International Advances in Economic Research*, 16 (4), 371-387.
- APME - Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias (Setembro, 2007). *A APME e o empreendedorismo*. Lisboa.
- Batista, R., e Thurik, A. R. (2007). The relationship between entrepreneurship and unemployment: is Portugal an outlier? *Technological Forecasting and Social Change*, 74(1), 75-89.
- Bayagan, G. (2000). Women Entrepreneurs in SMEs: realizing the benefits of globalization and the knowledge – based Economy, OECD: Workshop 4: Improving knowledge about women's entrepreneurship, Paris: OECD.
- Boaventura, M. G. (2010). *Género e empreendedorismo: mulheres empreendedoras no setor de moda em belo horizonte*. Dissertação de Mestrado em Administração. Faculdade Novos Horizontes.
- Bruyat, C.; Julien, P. A. (2000). *Defining the field of research in entrepreneurship*. *Journal of Business Venturing*, New York, v. 16, n. 2, p. 165-180,
- Buttner, E. H. (2001). Examining female entrepreneurs management styles: An Analysis Using a Relational Frame. *Journal of Business Ethics*, 29, 253-269.
- Camargo, M. S. (2005). *Fundador versus sucessor: estudo comparativo das características comportamentais empreendedoras dos empresários de empresas familiares do município de Chapecó -SC*. Pós - Graduação em Administração. Universidade regional de Blumeau.
- Célestin, J.-B. (2002), *A Qualidade de Emprego*, Lisboa, Direcção-Geral do Emprego e Formação Profissional (DGEFP).
- Cervo, A. L; Bervian, P. A. (2006). *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Chaves, M. R. (2009). *Empreendedorismo na escola: a emergência de um outro paradigma na educação/formação*. Dissertação de Mestrado em Sociologia: Sociedade Portuguesa Contemporânea, Estruturas e Dinâmicas. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Cherlin, A. J. (2001, 3a. ed). *Public and private families: na introduction*. New York: Mc Graw Hill.

Cloutier, L.; Bernard, P.; Tremblay, D.-G. (2009), "Job quality and gender inequality: Key changes in Québec over the last decade" [pesquisa online Novembro 2009:http://www.mbs.ac.uk/research/europeanemployment/documents/Article_SJ_LC_PB_DGT_ver_ang_15septembre_2009.pdf].

Comissão Europeia. (2003). *Livro verde: espírito empresarial na Europa*. Bruxelas.

David, D.E.H. (2004). *Intraempreendedorismo social: perspectivas para o desenvolvimento social nas organizações*. Florianópolis: UFSC, Mimeo. Tese de Doutorado.

Delors, J. (1996). *Educação, um tesouro a descobrir: Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI*. São Paulo: Cortez.

DeMartino, R.; Barbato, R.; Jacques, P. H. (2006). *Exploring the career/achievement and personal life orientation differences between entrepreneurs and nonentrepreneurs: the impact of sex and dependents*. Journal of Small Business Management, v.44, n.3, p.350-368.

Diáz-García, M. C., e Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (3), 261-283.

Dolabela, F.(1999). *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados. 275p.

Dornelas, J. C. A. (2001). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus. 299.

Dornelas, J. C. A.(2003). *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas*. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus. xii, 183.

Drucker, P.F. (1986). *Inovação e espírito empreendedor: (entrepreneurship): prática e princípios*. São Paulo: Pioneira. xviii, 378 p. Tradução de: Innovation and entrepreneurship: practice and principles.

Elam, A., e Terjesen, S. (2007). Institutional logics: gender and business creation across 28 countries. In Proceedings Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC). *Institutional Logics: Gender and AND Business Creation Across 13 GEM Countries*, (pp. 1-15). Madrid, Espanha.

Eurostat, O.. (2007). *Eurostat/OECD Manual on Business Demography Statistics*. OECD.

Fialho, F.A.P. et al.(2006). *Empreendedorismo na era do conhecimento*. Florianópolis: Visual Books. 188.

Fillion, L. J. (1999). *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios*. Revista de Administração da USP. São Paulo, v. 34, n. 2, abr./jun.

Fossen, F. M. (2011). Gender differences in entrepreneurial choice and risk aversion – a decomposition based on a microeconomic model. *Applied Economics*, 44 (14), 1795-1812.

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

Garcia, L.F. (2005). *Como desenvolver o intraempreendedorismo*. Revista Profissional e Negócios. Edição 88 ago.

Gaspar, F. (2009). *O Processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso*. Lisboa: Sílabo.

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

GEM. (2012). *Um estudo sobre o Empreendedorismo - The Global Entrepreneurship Monitor*, Projeto GEM Portugal 2012.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2008). Relatório executivo. SEBRAE.

Gomes, A. F., Santana, W. G., Antonialli, L. M., e Correia, E. L. (2009). Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. *Revista de Gestão USP*, 16 (1), 69-87.

Gosselin, L. H.; Grisé J. (1990). *Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey*. Journal of Business Ethics, Dordrecht, v. 9, n. 4/5, p. 423-433.

Greene, P. G., Brush, C. G., e GatewoodIn, E. J. (2007). *Perspetives on women entrepreneurs*. In, Minniti, M. (Ed), *Entrepreneurship: the engine of growth, Volume I: People 181-204*, Praeger Publishers. Westport, CT.

Guvener F., Kuruscu B., Ozkan S. (Nov. 2009). *Tributação de Capital Humano e Desigualdade Salarial: Uma Análise Cross-Country*. National Bureau of Economic Research Working Paper N. 15526.

Haguette, Teresa Maria Frota. (1997) *Metodologias qualitativas na Sociologia*. 5ª edição. Petrópolis: Vozes.

Hashimoto, M. (Fev. 2004) *Empreendedorismo na sala de aula*. Revista Você S/A.

Hisrich, R. D.; Peters, M. P. *Empreendedorismo*. (2004). 5. ed. São Paulo : Bookman. 592 p. Tradução de: Entrepreneurship.

Instituto Nacional de Estatística (2012). *Estatística do Emprego- segundo trimestre 2012*.

Instituto Nacional de Estatística (2013). *Censos 2011*.

Instituto Nacional de Estatística (2013). Destaque – Informação á comunicação social. 8 de Março: *Dia Internacional da Mulher*.

Jonathan, E. G. (2001). *Mulheres empreendedoras: quebrando alguns tabus*. Em III Encontro Nacional de Empreendedorismo (ENEMPRE). Anais do Encontro. Florianópolis: USFC (CD-ROM).

Jonathan, E.G. (2005) *Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida*. Psicologia em Estudo, Maringá, v.10, n.3, p. 373-382.

Jonathan, E. G. (2011). *Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do Empreendedorismo e o exercício do poder*. Psic. Clin., Rio de Janeiro, vol.23, n.1, p.65-85.

Justo, R. (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras*. Tesis Doctoral, Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo, Universidad Autónoma de Madrid.

Kahn et al (1964). *Organizational Stress: Studies in Role Conflict and Ambiguity*. John Wiley e Sons Inc.

Korn/Ferry International. (2001). What women want in business: a survey of executives and entrepreneurs. Retirado de <http://www.kornferryinstitute.com/files/pdf1/What_Women_Want_in_Business1.pdf>.

Leiria, A. C., Palma, P. J., e Cunha, M. P. (2006). *O Contrato psicológico em organizações empreendedoras: perspectivas do empreendedor e da equipa*. Comportamento Organizacional e Gestão, 12 (1), 67-95.

Leite, A., e Oliveira, F. (2007). *Empreendedorismo e novas tendências*. Estudo Edit Value Empresa Júnior 5.

Lindo, M. R., Cardoso, P. M., Rodrigues, M. E., e Wetzel, U. (2007). Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. *Revista de Administração Contemporânea*, 1(1), 1-15.

Machado, V. H. (1999). *Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora*. In: ENANPAD, 23., Foz do Iguaçu.

Machado, V. H. (2002). *Identidade empreendedora de mulheres no Paraná*. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

Machado, V. H., St-Cyr, L., Mione, A., e Alves, M. C. (2003). *O Processo de criação de empresas por mulheres*, 2. Revista de Administração Económica.

Marlow, S., e Patton, D. (2005). *All credit for men? Entrepreneurship, finance and gender*, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6). 717-735.

Martins, S. P. (2006). *Indicadores para medir o empreendedorismo em regiões Europeias*. Dissertação de Mestrado em Gestão da Ciência Tecnologia e Inovação. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial Universidade de Aveiro.

Mello, A. *Empreendedorismo: Fator Chave para o Êxito Profissional*. São Paulo: CRASP, 2004.

Minniti, M., e Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28 (2-3), 223-238.

Minniti, M., e Naude, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female. *European Journal of Development Research*, 22 (3), 277-293.

Moore, D.P., Buttner, E.H. (1997). *Women entrepreneurs moving beyond the glass ceiling*. London: Sage.

Moreira, D. A. (2000). Natureza e fontes do conhecimento em Administração. *Revista Administração Online FEA – USP e FECAP – v.1, n.1, jan/fev/mar*.

Murani, Margaret. (2003) *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. São Paulo: Editora Senac.

O’meally, N. B. (2000) *Fostering women’s entrepreneurship: education, management training and societal values*. In: CONFERENCE ON WOMEN ENTREPRENEURS IN SMEs: Realising the Benefits of Globalization and the Knowledge-based Economy, 2, Paris.

OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico. Disponível em: www.cgu.gov.br/ocde/. Acesso em: jan. 2009.

Peñaloza, V., Diógenes, C. G., e Sousa, S. J. (2008). Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. *Revista de Administração Mackenzie*, 9 (8), 151-167.

Pinchot, G. Intrepreneuring. (1989). *Por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor*. São Paulo: Harbra.

Portela, J., Hespanha, P., Nogueira, C., Teixeira, M. S. e Batista, A. (2008). *Microempreendedorismo em Portugal. experiências e perspetivas*. Lisboa.

Possatti, I. C. e Dias, M. R (2002). Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico. *Psicologia Reflexão e Crítica*, 15(2), 293-301.

Raposo, K. C. S, e Astoni, S. A. F. (2007). *A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade*. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37.

Redford , D. T. (2006). Entrepreneurship education in Portugal: 2004/2005 national survey. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12 (1), 19-41.

Robbins, S. P. (2001). *Administração: mudanças e perspetivas*. São Paulo: Saraiva.

Rocha-Coutinho, M. L. (2003). Quando o executivo é uma “dama”: a mulher, a carreira e as relações familiares. Em T. F. Carneiro (Org.), *Família e casal: arranjos e demandas contemporâneas* (pp. 57-77). Rio de Janeiro: Editora PUCRio/ Loyola.

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

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Schumpeter, J.A. (1982). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural, xv, 169. (Os economistas, 3).

Sebrae (2008). Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Relatório do Premio Mulher de Negócios 2006-2010*. Brasília: Sebrae.

Selltiz, C., Jahoda, M., Coe, S. W., Deutsch, M. (1987). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. Tradução de Maria Martha Hubner de Oliveira. 2a edição. São Paulo: EPU.

Shane, S., Locke, E. A., e Collins, C. (2003). *Entrepreneurial motivation*. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279.

Silva, M. A., Correia, M. F., Scholten, M., e Gomes, L. F. (2008). *Cultura nacional e orientação empreendedora: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal*. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 14 (1), 65-84.

Silveira, A., e Gouvêa, A. B. (2008). Empreendedorismo Feminino: Mulheres Gerentes de Empresas. *Faces Revista de Administração*, 7 (3), 124-138.

Sociedade Portuguesa de Inovação, S. (2004). *Relatório síntese estudo de avaliação do potencial empreendedor em Portugal em 2004 Projeto GEM Portugal 2004*. Porto.

Sousa, D. P., e Serralvo, F. S. (2008). *Um novo modelo de administração: o empreendedorismo corporativo*. *Revista Científica da Faculdade das Américas*, II.

Uriarte, L.R. (2000). *Identificação do Perfil Intraempreendedor*. Florianópolis: UFSC, Mimeo. Tese de Mestrado.

Vandewater, E. A., Ostrove, J. M. e Stewart, A. J (1997). Predicting women's well-being in midlife: the importance of personality development and social role involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(5), 1147-1160.

Winkler, C. A., e Medeiros, J. (2011). Mulheres empreendedoras: Uma questão de género. *Livro de Actas do Simpósio Género e Políticas Públicas*, 1-14. Londrina.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planeamento e método*. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman,

ANEXOS

ANEXO I – CONVITE A PARTICIPAÇÃO DA ENTREVISTA

Exmo(a). Senhor (a),

A presente missiva tem como objetivo convidá-lo(a) à participação no estudo com o título “Empreendedorismo Feminino em Portugal”, efetuado no âmbito de uma tese de Mestrado em Gestão das Organizações – Ramo de Gestão de Empresas do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

O objetivo da entrevista é a obtenção de informações que permitam aferir sobre o empreendedorismo feminino em Portugal. Pretende-se obter dados sobre as influências familiares e sociais que conduziram ao empreendedorismo, conhecer melhor as razões que a levaram a ser empreendedora e identificar as maiores dificuldades e desigualdades sentidas em Portugal.

Os dados obtidos são confidenciais e a sua apresentação será feita de forma aglomerada, após tratamento descritivo.

Desde já agradecemos a sua participação.

Com os melhores cumprimentos,

Liliana Santos - liliananetodossantos@gmail.com

ANEXO II – GUIÃO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Data da Entrevista

1 - IDENTIFICAÇÃO DA EMPREENDEDORA

- Nome
- Data de nascimento
- Endereço
- Telefone
- Função
- Formação Académica

2 - IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

- Nome da empresa
- Endereço da empresa
- Telefone da empresa
- CAE/ Setor de atividade – produtos/serviços
- Número de empregados a 31 de Dezembro de 2013
- Volume de Negócios a 31 de Dezembro 2013 (percentagem de exportações e percentagem de mercado interno)
- Organigrama da Empresa
- Data de início de atividade

3 - HISTÓRIA DA EMPREENDEDORA

- Que fatores a influenciaram a tornar-se empreendedora?
- Alguém da sua família é empreendedor (a)?
- Houve algum acontecimento que a levou a iniciar o negócio? (Demissão? Insatisfação no trabalho? Outros?)

- A sua formação (faculdade/curso/colégio) foi importante para a abertura do negócio?
- Como identificou a oportunidade do negócio?
- Fez algum tipo de planeamento para a abertura do negócio?
- Qual experiência profissional que teve antes de tornar-se empreendedora?
- Iniciou sozinha ou em sociedade? Caso tenha sido com sócios: eles completaram as suas habilitações/ competências para iniciarem o negócio?
- Quais os seus pontos fortes e pontos a melhorar como empreendedora?
- Quais as maiores dificuldades enfrentadas no negócio e como foram superadas?
- De que forma sua carreira afetou sua vida familiar?
- Qual é o lado positivo e o lado negativo de ser empreendedora?
- Quais conselhos que daria a alguém que pretende abrir um negócio?
- Como encara o mercado competitivo de Portugal?
- Já sofreu ou sofre algum tipo de preconceito ou dificuldades por ser mulher, dona de um próprio negócio?