

INFLUÊNCIA DO GÊNERO NA INTENÇÃO EMPREENDEDORA

MARIA RENATA MARTINEZ BARRAL¹; JOÃO MAIRTON MOURA DE ARAÚJO²;
MARIO DUARTE CANEVER³

¹Universidade Federal de Pelotas- UFPel – mariarenata19@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas- UFPel – joaomairton@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas- UFPel – canevert@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, onde as taxas de desemprego são consideráveis, inclusive para recém graduados que almejam o emprego e o aumento salarial, é de interesse a todos que o empreendedorismo seja fomentado. Estudiosos nesta área pesquisam os universitários por ser nessa fase da vida que, geralmente, ocorrem as escolhas profissionais a serem exercidas no futuro.

Wilson et. al. (2007), revela a importância do empreendedorismo feminino no mundo, com mais mulheres sendo proprietárias de empresas. Embora na história, as taxas de empreendedores masculinos sejam maiores, as das mulheres vêm aumentando. Em 2012 o Relatório da GEM revelou que 49,6% dos empreendedores iniciais no Brasil eram mulheres, e em 2013 declarou que, pela primeira vez no país, a proporção de mulheres empreendedoras superou a de homens (52,2% contra 47,8%).

Embora hajam variáveis individuais e situacionais que influenciam no ato de empreender, a teoria sugere modelos que medem a intenção, como uma maneira de prevê-lo. Assim, o processo de identificação de oportunidades empreendedoras, para Kruger et. al. (2000), trata-se de um processo intencional, onde compreender os antecedentes das intenções aumenta a compreensão do comportamento pretendido (abrir uma empresa).

O modelo clássico de intenção empreendedora, elaborado por Krueger e seus associados, assume que a formação de uma intenção ocorre em dois níveis. Primeiro, através da percepção de viabilidade (o grau em que a pessoa se sente capaz) e do desejo (a atratividade pessoal de empreender). Em segundo nível, o modelo preconiza que estes antecedentes da intenção empreendedora são dependentes, respectivamente, das normas sociais – NS (percepção da importância que pessoas próximas dão ao empreendedorismo) e pela percepção de autoeficácia – AE (autopercepção das competências e habilidades do próprio indivíduo). O modelo é ilustrado na Figura 1:

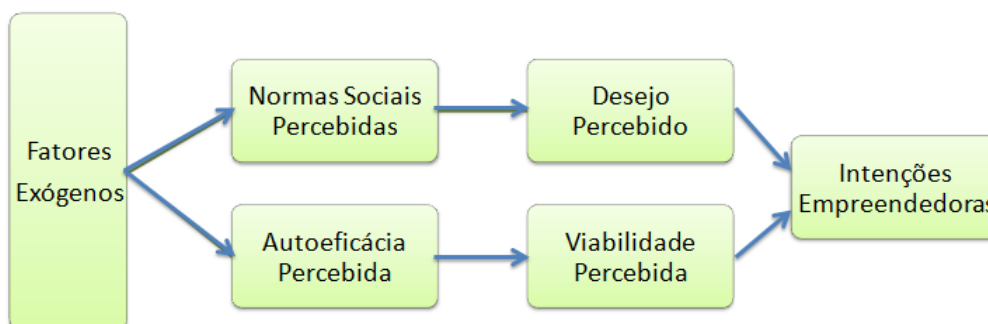


Figura 1: Modelo Clássico de Intenção Empreendedora adaptado de Shapero (1982), Krueger (1993), Krueger e Brazeal, (1994) e Krueger et al, (2000)

O objetivo deste trabalho é analisar o efeito moderador do gênero dos estudantes na intenção empreendedora.

Assim, foram desenvolvidas as seguintes hipóteses:

H1: A percepção das normas sociais e da autoeficácia estão associadas positivamente com a intenção empreendedora (IE) dos alunos.

H2: Gênero modera a relação entre e as normas sociais percebidas e a IE.

H3: Gênero modera a relação entre a autoeficácia percebida e a IE.

2. METODOLOGIA

Os dados foram coletados através de um questionário estruturado com o objetivo de estudar as intenções empreendedoras dos estudantes de universidades públicas e privadas do Brasil. Para este estudo, a amostra consistiu de trezentos e oitenta e cinco estudantes do curso de Administração de quatro universidades gaúchas (32,7% públicas; 67,3% privadas). 61,3% dos respondentes eram alunos do 1º semestre e 38,7% dos semestres finais do curso. 172 alunos eram do sexo masculino (44,7%) e 213 estudantes do sexo feminino (55,3%). A maioria dos entrevistados tinha entre 18-30 anos de idade.

Através da análise fatorial (rodada no software SPSS 20) reduziram-se em fatores os itens (questões) originalmente escolhidos para medir cada dimensão do modelo da Figura 1 para melhor explicá-las. O detalhamento dos fatores resultantes das duas dimensões utilizadas neste estudo está demonstrado na Tabela 1.

A dimensão Norma Social (NS) foi reduzida em 2 fatores. O fator 1, aqui nominado de “Opinião” sumariza os itens que tratam da opinião de familiares e amigos sobre ser um empreendedor. O fator 2, nominado de “Importância NS” resulta dos itens que tratam da importância dada pelo próprio indivíduo a essa opinião. Em relação a autoeficácia, também foram extraídos 2 fatores, sendo o fator 1 “Hab/cap mentais” referente a confiança dos alunos nas suas habilidades e capacidades mentais (ideias para criação de produtos/negócios). O fator 2 “Hab/cap práticas” revela a confiança deles nas suas próprias habilidades/capacidades para iniciar um negócio. Conforme os valores do Alfa de Cronbach, observa-se que os fatores resultantes apresentam de média a alta consistência interna.

Tabela 1. Lista dos construtos

	Nº de Itens	Alfa Cronbach	Nº de fatores	Variância Explicada
Normas Sociais (NS)	7	0,73	2	59,84
Fator 1 - Opinião	4	0,63	-	36,21
Fator 2 – ImportânciaNS	3	0,77	-	23,63
Autoeficácia (AE)	8	0,87	2	64,97
Fator 1 - Hab/cap mentais	4	0,80	-	35,06
Fator 2 - Hab/cap práticas	4	0,81	-	29,91
Intenção Empreendedora (IE)	8	0,93	1	68,06

Fonte: elaborada pelos autores

As hipóteses foram elaboradas através de vasta literatura, em especial na análise dos seguintes trabalhos:

Wilson et. al. (2007) afirmam a existência da relação entre autoeficácia e as intenções de carreira e a diferença significativa entre os gêneros. Os homens se percebem como mais autoeficazes do que as mulheres e, também apresentam-se mais propensos a terem intenções empreendedoras do que elas. Porém, os autores

não testaram se o menor nível de intenção empreendedora nas mulheres está associada a percepção de autoeficácia menor. Já Karimi et al. (2013), testaram o efeito moderador do gênero sobre as relações entre autoeficácia e IE, mas não confirmaram esta hipótese. Esses autores verificaram também que para os alunos do sexo feminino, as normas sociais são mais importantes do que para os homens, mas não testaram se há relação da percepção das normas sociais pelas mulheres com a intenção empreendedora. Então, neste estudo estamos aptos a testar estes dois efeitos moderadores, conforme já explicados nas hipóteses 2 e 3 do estudo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nos resultados das regressões da equação:

$$IE = a + \beta_1 * \text{Fator} + \beta_2 * \text{Gênero} + \beta_3 * \text{Fator} * \text{Gênero} + \text{erro}$$

e conforme o Quadro 1, percebemos que os coeficientes dos fatores associados a autoeficácia e normas sociais tendem a validar a hipótese 1, exceto o fator 2 de NS que trata da importância dada pelos estudantes à opinião dos amigos e familiares dele tornar-se empreendedor. Portanto, conforme a literatura preconiza, os resultados encontrados neste estudo confirmam que tanto a percepção do empreendedorismo como uma carreira aceitável pela sociedade, refletida pelas normas sociais, quanto a percepção da capacidade e habilidade de ser empreendedor estão associadas com a intenção de empreender.

Quadro 1: Equações que testam as hipóteses do estudo

Equação	1 ^a		2 ^a		3 ^a		4 ^a	
Coeficientes	NS Fator 1 - Opinião Fam.		NS Fator 2 - ImportânciaNs		AE Fator 1 - hab/cap mentais		AE Fator 2 - hab/cap práticas	
	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.
(Constante = a)	0,23	0,001	0,262	0,001	0,202	0,007	0,183	0,01
Fator	0,315	0	0,108	0,133	0,197	0,015	0,377	0
Gênero	-0,403	0	-0,452	0	-0,316	0,001	-0,312	0,001
Fator * Gênero	0,033	0,74	-0,155	0,126	0,255	0,012	0,064	0,506
R ² ajustado	0,156		0,051		0,18		0,207	

a. Variável Dependente: Intenção empreendedora

Fonte: elaborado pelos autores

Para testar as hipóteses 2 e 3 baseamos nossa análise nos coeficientes de β_3 (Fator*Gênero). O único β_3 significativo foi observado na equação 3 da Quadro 1, explicitando que o efeito da percepção de habilidades e capacidades para ser empreendedor na intenção empreendedora é moderada pelo gênero. Ou seja, o fato das mulheres confiarem menos nas suas ideias de criação de produtos e negócios faz com que suas intenções de tornarem-se empreendedoras sejam menores. Por outro lado, quando elas têm altos níveis de autoeficácia (confiança nas suas próprias habilidades empreendedoras), elas tendem a ter níveis de intenção empreendedora superiores à dos seus similares do sexo masculino como pode ser observado na Figura 2.

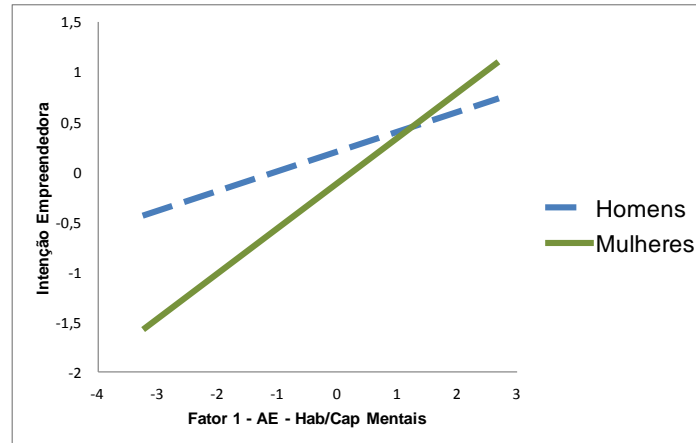


Figura 2 – Curvas de Intenção Empreendedora por gênero.
Elaborado pelos autores

4. CONCLUSÕES

Conclui-se com este trabalho que a intenção empreendedora ocorre em diferentes níveis nos homens e mulheres e isso pode ser devido aos seus antecedentes que variam de acordo com o gênero. É importante entender o que influencia a intenção empreendedora dos jovens e essa distinção entre os gêneros para que programas e políticas de incentivo sejam planejados com eficácia. Percebemos através deste estudo que é importante reforçar a autoconfiança das mulheres nas suas habilidades empreendedoras para que elas tenham maiores níveis de intenção empreendedora.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GEM, Empreendedorismo no Brasil – 2012: Relatório Executivo. Acessado em 15 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2012---Relatorio-Executivo>>

GEM, Empreendedorismo no Brasil – 2012: Relatório Executivo. Acessado em 26 jun. 2014. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2013---Relatorio-executivo>>

KARIMI, S., BIEMANS, H. J. A., LANS, T., MULDER, M. e KARIM, N. M., Understanding role models and gender influences on entrepreneurial intentions among college students. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 93, p. 204-214, 2013.

KRUEGER, N., REILLY, M., CARSRUD, A. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing** 15: Elsevier Science Inc., p. 411–432, 2000.

WILSON, F., KICKUL, J. e MARLINO, D. “Gender, Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education”, **Entrepreneurship Theory and Practice**. Baylor University, 2007, p. 387-406.