

O Microcrédito como instrumento de financiamento do empreendedorismo feminino: qual a influência da ideia de negócio e da atitude perante o risco?

Marques, Carla Susana

smarques@utad.pt

*Escola de Ciências Humanas e Sociais
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro*

Marques, Carlos Peixeira

cmarques@utad.pt

*Escola de Ciências Humanas e Sociais
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro*

Leal, Carmem Teresa

cleal@utad.pt

*Escola de Ciências Humanas e Sociais
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro*

Valoura, Fernanda

Maria-valoura@hotmail.com

Millenium bcp

RESUMO

Tradicionalmente, as mulheres assumem o principal papel de administradoras dos orçamentos destinados aos custos domésticos diários e à manutenção da família, estando o domínio do investimento, por excelência, subjacente ao homem. Para a maioria das mulheres, vender e hipotecar bens são tradicionalmente atos que carecem de autorização e consentimento por parte do marido ou pai. Estas circunstâncias de dependência têm como consequência uma menor propensão para o risco, dando origem à criação de negócios de pouco investimento, sendo o microcrédito uma solução ajustada para este tipo de investimento. É precisamente sobre a relação entre o empreendedorismo feminino e o recurso ao microcrédito como fonte de financiamento que se posiciona o estudo aqui apresentado, pretendendo contribuir para um melhor conhecimento sobre a relação entre a ideia de negócio, a atitude perante o risco e a escolha do microcrédito como instrumento de financiamento do novo negócio, por parte das mulheres empreendedoras. O método escolhido para recolha de dados foi o inquérito por questionário. A unidade de análise é constituída por mulheres que recorreram ao microcrédito numa Instituição bancária em Portugal e ilhas entre 2005 e 2011. Para avaliar as relações entre a atitude perante o risco, a ideia de negócio e o acesso ao microcrédito, recorreremos a um modelo de equações estruturais com a ajuda do *software* AMOS 21. O estudo indica que a origem interna das ideias de negócio, i.e. os conhecimentos adquiridos quer através de formação, quer através de *know-how* acumulado, são os principais impulsionadores da procura do microcrédito como fonte de financiamento para poder concretizar estas ideias de negócio. Permite, ainda, um maior conhecimento sobre as motivações de acesso ao microcrédito por parte das mulheres empreendedoras.

PALAVRAS CHAVE: Microcrédito, ideia de criação de negócio, aversão ao risco, mulheres empreendedoras.

RESUMEN

Tradicionalmente, las mujeres asumen el papel principal en la gestión de los presupuestos asignados a los costos internos y el mantenimiento diario de la familia, con el campo de la inversión, por excelencia, el hombre detrás. Para la mayoría de las mujeres, la venta de activos e hipoteca son tradicionalmente los actos que requieren autorización y consentimiento del marido o del padre. Estas circunstancias tienen dependencia como consecuencia una menor propensión al riesgo, lo que lleva a la creación de algunas inversiones de las empresas, el microcrédito es un conjunto de soluciones para este tipo de inversión. Es precisamente en la relación entre el empresariado femenino y el uso del microcrédito como una fuente de financiación que pone el estudio que aquí se presenta, con la intención de contribuir a una mejor comprensión de la relación entre la idea de negocio, la actitud frente al riesgo y la elección del microcrédito como instrumento para la financiación de nuevos negocios para mujeres empresarias. El método elegido para la recolección de datos fue la encuesta por cuestionario. La unidad de análisis se compone de mujeres que recurrieron a un banco institución de microfinanzas en Portugal y las islas entre 2005 y 2011. Para evaluar la relación entre la actitud ante el riesgo, la idea de negocio y el acceso al microcrédito, se recurre a un modelo de ecuaciones estructurales con la ayuda de software AMOS 21. El estudio indica que la fuente interna de ideas de negocios, es decir, el conocimiento adquirido a través de formación o por medio de know-how acumulado, son los principales impulsores de la demanda de microcrédito como una fuente de financiación para hacer realidad estas ideas de negocio. También proporciona una mayor comprensión de las motivaciones de acceso a micro-créditos para mujeres empresarias.

PALABRAS CLAVE: El microcrédito, la idea de la creación de empresas, la aversión al riesgo, las mujeres emprendedoras.

INTRODUÇÃO

Nos países em desenvolvimento, a falta de acesso ao crédito é apontada como uma das principais razões que justificam o fato de que muitos indivíduos não se consigam libertar do fenómeno da pobreza. Normalmente, os mais carenciados não têm acesso aos empréstimos, porque não possuem garantias bancárias e/ou porque os custos de produtos direcionados a essa população são muito altos e, por isso, pouco rentáveis para as instituições financeiras, que acabam por não apostar neste segmento de mercado (Hermes & Lensink, 2007).

Por tudo isto, o microcrédito (MC) tem sido caracterizado como “uma das inovações mais significativas na política de desenvolvimento dos últimos 25 anos” (Ahlin & Jiang, 2008:1). Surgiu em 1976, no Bangladesh, por intermédio do professor de Economia, Muhammad Yunus que, ao observar o dia-a-dia da população mais carenciada, decide emprestar dinheiro aos pobres sem qualquer tipo de garantia (Yunus, 2003). Este instrumento financeiro apresenta como objetivo primordial conceder pequenos montantes de capital aos menos favorecidos em todo o mundo, geralmente para facilitar a geração de riqueza através da constituição do próprio emprego, surgindo como uma alternativa aos bancos comerciais e aos usurários (Rallens & Ghazanfar, 2006; Batbekh & Blackburn, 2011).

É desta forma que o MC tem servido para amenizar as desigualdades sociais, na medida em que aumenta os rendimentos dos seus utilizadores e, em simultâneo, se apresenta como uma forma de expansão dos mercados, contribuindo assim para a mudança social (Aghion & Morduch, 2005; McIntosh, Villaran & Wydick, 2011).

No que diz respeito à mudança social, outra característica apontada ao MC é a sua capacidade de chegar às mulheres e aumentar o seu bem-estar (e.g. Armendáriz de Aghion & Morduch, 2010; Cull, Demigüç-Kunt & Morduch, 2007; D'Espallier, Guerin & Mersland, 2011). Organizações pioneiras como o BancoSol e o Grameen Bank foram constituídas com o propósito de servir as mulheres e o aparecimento de redes como o Women's World Banking e ONGs como a ProMujer cimentam essa associação (Armendáriz de Aghion & Morduch, 2010). Apesar de nem todas as instituições de microcrédito se concentrarem especificamente sobre as mulheres, Mody (2000) revelou que as mulheres constituem 80 por cento dos clientes das 34 maiores instituições de MC. O *Microcredit Summit Campaign*, que desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do MC, publicou em 2000 o relatório "Empowering Women with Microcredit", que regista que 75 por cento dos clientes de cerca de mil programas eram mulheres (Microcredit Summit Campaign, 2000). Em 2005, a Rede Europeia de Microfinança (Underwood, 2006) apresentou o primeiro levantamento estatístico destinado a determinar o acesso ao microcrédito por parte das mulheres. Dados obtidos a partir de 30 instituições de MC, durante o período 2002-2004, indicam que 39% dos micro-empréstimos destinavam-se às mulheres, uma taxa significativamente mais baixa do que as verificadas nos países em desenvolvimento (Brana, 2013).

Este recurso ao MC por parte das mulheres, segundo Mayoux e Hartl (2009) deve-se sobretudo ao facto de ser um instrumento que lhes permite aumentar, controlar e adquirir bens, tornando-as independentes e partes ativas da economia. As mulheres têm tido como principal papel o de administradora dos orçamentos destinados aos custos domésticos diários e à manutenção da família, estando o domínio do investimento, por excelência, subjacente ao homem (Díaz-García, 2000). Para a maioria das mulheres vender e hipotecar bens são atos que carecem de autorização e consentimento por parte do marido ou pai. Estas circunstâncias de dependência têm como consequência uma menor propensão para o risco e investimento, tendem a ser mais prudentes, assumindo riscos calculados e de resultados imediatos, dando origem à criação de negócios de pequena dimensão e pouco investimento, sendo o microcrédito uma solução ajustada para este tipo de investimento.

É precisamente sobre a relação entre o empreendedorismo feminino e o recurso ao MC que se posiciona o estudo aqui apresentado, pretendendo contribuir para um melhor conhecimento da importância que o comportamento empreendedor feminino tem na motivação de acesso a este instrumento financeiro de características tão específicas, como é o microcrédito. Explicada a motivação que levou à presente investigação, expõe-se, no ponto seguinte, deste artigo, uma breve revisão de literatura sobre microcrédito, motivações de acesso e algumas das características das mulheres empreendedoras que sustenta as hipóteses de investigação deste estudo, bem como o modelo conceitual de investigação. Seguidamente apresentamos a metodologia que foi utilizada ao longo do estudo, para posteriormente exibirmos os principais resultados. Por fim, terminamos o artigo com uma discussão das conclusões, apresentaremos as principais limitações, implicações e sugestões para futuras investigações.

REVISÃO DA LITERATURA E HIPÓTESES

Para dar resposta às nossas questões de investigação: “Quais são os motivos que levam as mulheres empreendedoras a recorrerem ao microcrédito em Portugal?”, “A atitude perante o risco pode determinar a opção pelo MC?” e “A atitude perante o risco pode determinar a ideia de negócio?”, formulamos as hipóteses, fundamentadas na revisão de literatura, que se apresentarão nos parágrafos seguintes.

O papel do microcrédito

O MC é um conceito com uma definição aparentemente simples “acesso ao crédito para reduzir a pobreza” (Hermes & Lensink, 2011; Littlefield, Morduch & Hashemi, 2003). Uma definição mais abrangente sobre o MC pode ser dada através do *Microcredit Summit Campaign* (2010) que define MC como um conjunto de programas cujo objetivo principal é a concessão de pequenos montantes de empréstimo aos mais desfavorecidos, no intuito de criação do autoemprego para a geração de rendimentos e melhoria do seu bem-estar.

Todavia, na atualidade, o conceito tem revelado uma maior complexidade revestindo-se de diferentes interpretações como atesta Yunus (2011): “(...) *I think this is creating a lot of misunderstanding and confusion in the discussion about microcredit. We really don't know who is talking about what (...)*”

Assim o autor propõe uma caracterização bastante abrangente de diferentes tipos de MC de forma a tentar clarificar alguma complexidade do conceito. Apesar de esclarecer que se trata de uma primeira abordagem, aponta, desde já, os seguintes tipos de MC (Yunus, 2011):

1. formas tradicionais de microcrédito informal (usurários, casas de penhores, empréstimos particulares, etc.);
2. microcrédito baseado em grupos informais tradicionais;
3. microcrédito para actividades específicas efectuadas por bancos convencionais ou especializados;
4. bancos especializados em crédito agrícola;
5. microcrédito cooperativo;
6. microcrédito para consumo;
7. microcrédito baseado em parcerias Bancos – ONG;
8. microcrédito tipo Grameen;
9. outros tipos de microcrédito desenvolvidos por ONG;
10. outros tipos de microcrédito desenvolvido por outras entidades e sem exigência de garantias reais.

Dada a multiplicidade de atores envolvidos é fundamental clarificar de que forma de MC se trata, pois, as características e objetivos deste instrumento são igualmente distintas se o espaço estudado for um país (ou um grupo de países) subdesenvolvidos ou, por outro lado, uma nação pertencente ao grupo dos países industrializados (Brana, 2013; Underwood, 2006).

O âmbito do MC nos países industrializados é ligeiramente diferente do MC tradicional e mais conhecido. Nos países em desenvolvimento o MC caracteriza-se por empréstimos muito pequenos (menos de 40% do rendimento per capita) concedido a pessoas que são totalmente ou parcialmente excluídas do sistema bancário. Nestes locais, o objetivo do MC

é reduzir a pobreza, promover o autoemprego e melhorar a capacitação das pessoas socialmente excluídas, particularmente mulheres (Brana, 2013). Como exemplo, podemos citar a experiência de *Grameen Bank*, iniciada com uns empréstimos pessoais de Yunus a 27 artesãs que utilizavam bambu como matéria-prima para fazer artesanato, financiou 7,2 milhões de clientes, sendo 97% desse total mulheres. As quantias emprestadas raramente excediam 200 dólares para cada microempreendedor. Estes empréstimos, de pequenos montantes, tinham como objetivo a implantação de pequenos negócios localizados nos arredores das grandes cidades, propiciando a criação ou manutenção de milhões de empregos para pessoas, que de outra forma continuariam a viver no limiar da pobreza (Yunus, 2003).

Nos países industrializados e segundo Brana (2013) a meta é, em primeiro lugar reduzir a pobreza, incentivando o autoemprego. Deste modo, o microcrédito cumpre dois tipos de necessidade. Por um lado, permite que pessoas excluídas do sistema bancário criem o seu próprio negócio, por outro, proporciona um financiamento extra para os empreendedores criando um efeito de alavanca.

Desta forma, e seguindo a tipologia de Yunus (2011), no presente trabalho o termo MC será aplicado tendo como referência as atividades específicas realizadas por bancos convencionais (concessão de pequenos montantes em conjunto com a prestação de serviços financeiros relacionados) num país industrializado.

O que leva as mulheres a recorrer ao microcrédito?

Se nos empréstimos tradicionais os bancos tendem a favorecer o homem, isto porque os homens administram as grandes empresas, o Microcrédito é um empréstimo totalmente diferente, pois destina-se a microempresas que normalmente envolvem autoemprego e as mulheres constituem grande parte deste tipo de negócios. São mulheres empreendedoras, porque encontraram uma saída para a pobreza iminente a que estavam destinadas e porque inovaram, criando um negócio próprio e, conseqüentemente, auto-emprego (Valoura, 2012).

Em diversos estudos (e.g. Susan, 2005; Bauer, Chytilova & Morduch, 2008; Boquín, Eltz, Massie & Stein, 2009) percebem que apesar de terem menos participação do que os homens no mercado de trabalho e ganharem menos do que eles, as mulheres já são maioria entre os tomadores de microcréditos. Também nos dão indicação de que o microcrédito contribui fortemente para o engrandecer de atividades pré-existentes. Estes estudos demonstram que emprestar dinheiro a mulheres tem duas vantagens; 1) são mais pontuais nos pagamentos; e 2) os empréstimos têm impacto direto na melhoria da condição de vida dos familiares diretos (alimentação e saúde da família). Normalmente essas pessoas conhecem bem o ramo de atividade em que trabalham, e na maioria das vezes a atividade económica é voltada apenas para o sustento da família, sem grandes intenções de crescimento.

Dois trabalhos de investigação referentes às mulheres/microcrédito/empreendedorismo realizados, um no Quênia (Kinyanjui, 2008) e outro na Nigéria (Nkamnebe, 2007) referem-se às mulheres que apesar de serem considerados um grupo mais vulnerável e com restrições internas e socioculturais conseguem construir para si uma alternativa à permanência no mercado de trabalho, mas também, geram empregos e promovem inovação e riqueza, contribuem para o desenvolvimento socioeconómico de país,

desempenhando o microcrédito um papel fundamental no financiameto deste tipo de negócios.

Como destacado anteriormente, o empreendedorismo feminino é de extrema importância para a economia de qualquer país. Hoje em dia as mulheres têm os mesmos direitos dos homens, e assumem as mesmas funções. Estima-se que 30% dos novos negócios iniciados em Portugal são iniciados por mulheres, que se apresentam com uma excelente capacidade de liderança e de organização, capazes até de gerir negócios melhor que os homens, devido a características que apenas as mulheres possuem (GEM, 2010).

Assim, e como defende Valoura (2012) as pequenas empresas criadas e lideradas pelas mulheres não só constroem para si uma alternativa à permanência no mercado de trabalho, mas também, geram empregos e promovem inovação e riqueza, contribuindo para o desenvolvimento socioeconómico de país. Desta forma é possível afirmar que o microcrédito contribui como uma arma poderosa para aumentar o poder das mulheres na sociedade ao mesmo tempo que combate a pobreza. Mas, quais são os motivos que levam as mulheres empreendedoras a recorrer ao microcrédito como fonte de financiameto?

A nível académico muitos têm sido os estudos que investigam as razões que levam um empreendedor, independentemente do género, a iniciar um negócio (Carter, Gartner, Shaver & Gatewood, 2003; DeMartino & Barbato, 2003; Segal, Borgia & Schoenfeld, 2005; Kirkwood, 2009). Parte dessas motivações são as mesmas que levam estes potenciais empreendedores a procurar financiameto (tal como o MC) para conseguir implementar o seu negócio. No quadro 1, apresentamos Um resumo de alguns desses motivos que se sobrepõem.

Quadro 1 – Resumo de algumas das motivações empreendedoras

Motivações	Autores
Necessidade de Independência, Autonomia	McClelland, 1961; Collins & Moore, 1964; Shane, Kolvereid, & Westhead, 1991; Sundin & Holmquist, 1991; Gatewood, Shaver & Gartner, 1995; Kolvereid, 1996; Borooah <i>et al.</i> , 1997; Marlow, 1997; Fox, 1998; Pinfeld, 2001; Still & Soutar, 2001; Alstete, 2003; DeMartino & Barbato, 2003; Carter <i>et al.</i> , 2003; Wilson <i>et al.</i> , 2004.
Independência económica	McClelland, 1961; Collins & Moore, 1964; Friberg, 1976; Scott, 1986; Scheinberg & MacMillan, 1988; Davidsson, 1989; Fischer <i>et al.</i> , 1993; Birley & Westhead, 1994; Gatewood, Shaver & Gartner, 1995; Kolvereid, 1996; Borooah <i>et al.</i> , 1997; Carter <i>et al.</i> , 2003; DeMartino & Barbato, 2003; Wilson <i>et al.</i> , 2004; Georgellis & Wall, 2005; Rosa & Dawson, 2006; Sena <i>et al.</i> , 2008; Marques, Santos, Gerry & Gomes, 2011.
Realização pessoal	Friberg, 1976; Scheinberg & MacMillan, 1988; Birley & Westhead, 1994; Kolvereid, 1996; Marques, Santos, Gerry & Gomes, 2011.
Estatuto social, reconhecimento	McClelland, 1961; Friberg, 1976; Scheinberg & MacMillan, 1988; Shane, Kolvereid, & Westhead, 1991; Kolvereid, 1996; Marques, Santos, Gerry & Gomes, 2011.
Autoemprego	Hakim, 1989; Gatewood, Shaver & Gartner, 1995; Zhao, Seibert & Hills, 2005; Marques, Gerry & Nogueira, 2008.

Fonte: Elaborado pelos autores tendo por base a revisão da literatura.

Em termos de motivações o empreendedorismo pode ser classificado mediante as circunstâncias e motivos que levaram à decisão de arranque, que por sua vez é estimulada não só por fatores como a necessidade de auto-realização, a insatisfação de carreira, ou o desemprego, mas também por efeitos induzidos pela envolvente económica, e.g. por uma economia próspera (ou em declínio) que pode revelar novas oportunidades de negócio, que originam ideias de criação de negócios.

Minitti, Arenius e Langowitz (2005) utilizaram o termo “empreendedores por necessidade” aqueles novos negócios resultantes de situações de insatisfação no trabalho ou de desemprego forçado. Nos casos em que os novos empreendimentos surgiram pela identificação de uma nova oportunidade de negócio os autores designaram por “empreendedores por oportunidade”. Dentro desta conceitualização é possível afirmar que o empreendedorismo por necessidade é mais prevalente nas mulheres (Allen, Langowitz & Minitti, 2007; Bosma & Levi, 2010). Em boa verdade, e de acordo com Orhan e Scott (2001) a decisão de um novo negócio usualmente tem a sua genesis numa combinação de fatores “pull” e “push”. Os primeiros compreendem a necessidade de auto-realização ou a necessidade de um novo desafio, maior independência, provavelmente pela identificação de uma oportunidade de negócio (Mallon & Cohen 2001). Os fatores “push” consistem basicamente na insatisfação com aspetos relacionados com a carreira profissional. Em termos de empreendedorismo feminino é possível atribuir maior predominância dos fatores ligados à procura da auto-realização.

As mulheres, à semelhança dos homens, criam novos negócios em busca de um estatuto social, de bem-estar económico, de independência financeira e da sua realização pessoal (Brush & Gatewood, 2008). No ponto de vista de Bailyn (1993) as mulheres estruturam as suas iniciativas empreendedoras em função das suas vidas e objectivos pessoais, tendo em conta na tomada de decisão os aspectos familiares (Brush 1992, Buttner & Moore, 1997). Além disso, Diaz-Garcia (2000) afirma que alguns factores motivacionais influenciam não

apenas a decisão de criação do novo negócio, como também a ideia de negócio a empreender.

No quadro seguinte apresentamos as principais motivações *push/ pull*, referidos por alguns estudos realizados nos últimos anos, em relação às mulheres empreendedoras e que iremos utilizar neste estudo

Quadro 2 – Motivações *push/ pull*

Motivações	Independência pessoal	Independência Financeira	Estatuto social
Autores			
Cromie, 1987.	X	X	X
Buttner & Moore, 1997.	X	X	X
Caputo & Dolinsky, 1998.	X	X	X
Maysami & Goby, 1999.	X		X
Díaz-Garcia, 2000.	X	X	X
DeMartino & Barbato, 2003.	X	X	X
Marques <i>et al.</i> , 2011.	X	X	X

Fonte: Elaborado pelos autores com base na revisão de literatura

As mulheres, à semelhança dos homens, criam novos negócios em busca de um estatuto social, de bem-estar económico, de independência financeira e da sua realização pessoal (Brush & Gatewood, 2008). No ponto de vista de Bailyn (1993) as mulheres estruturam as suas iniciativas empreendedoras em função das suas vidas e objectivos pessoais, tendo em conta na tomada de decisão os aspectos familiares (Brush 1992, Buttner & Moore, 1997). Além disso, Diaz-Garcia (2000) afirma que alguns factores motivacionais influenciam não apenas a decisão de criação do novo negócio, como também a ideia de negócio a empreender.

Como reagem as mulheres ao risco inerente à criação de negócio?

Algumas características psicológicas têm sido apontadas por vários investigadores como boas predictoras do comportamento empreendedor em geral. As características psicológicas mais frequentemente referidas são: a necessidade de realização, *locus of control*, propensão para o risco e identidade de género (Bowen & Hisrich, 1986).

Uma das características mais referenciada nos vários estudos ao longo das últimas décadas foi a propensão para o risco (McClelland, 1961; Collins & Moore, 1964; Belcourt *et al.*, 1991; Carland & Carland, 1991; Buttner & Moore, 1997; Kirkwood & Walton, 2010). Neste estudo uma pergunta impõe-se: como reagem as mulheres ao risco inerente à criação de um negócio?

Em relação às características psicológicas específicas de mulheres empreendedoras, surgem na década de 70 os estudos de Schreieir (1975) e Schwartz (1976), investigando as diferenças entre mulheres e homens empreendedores. Desde então, esta área tem merecido o interesse de diversos investigadores, tais como: Hisrich & O'Brien (1982), Goffee & Scase (1985), Hisrich & Brush (1986), Hisrich (1986), Scott (1986), Hisrich & Brush (1993), Segal *et al.* (2005) e Marques, Santos, Gerry & Gomes (2011).

Na perspectiva de Ahl (2004), e tendo em consideração uma série de factores psicológicos, comportamentais, entre outros factores de *background*, existem mais semelhanças do que diferenças entre os empreendedores do género feminino e masculino. Apesar de a maior parte dos estudos não revelarem grandes diferenças entre homens e mulheres, no quadro 3 encontram-se alguns dos estudos que salientam algumas das características psicológicas diferenciadoras das mulheres empreendedoras, nomeadamente a atitude perante o risco.

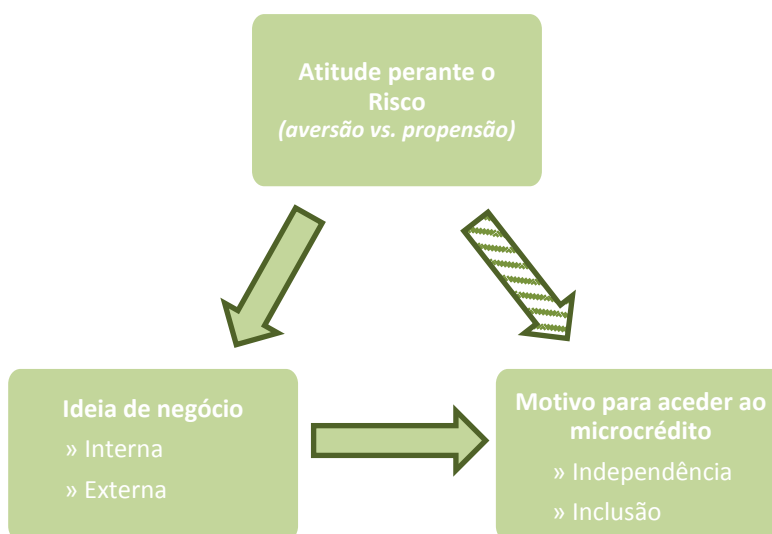
Quadro 3 – Atitude perante o risco das mulheres empreendedoras

Autores	Atitude perante o risco (aversão vs. propensão)
Salmenniemi, Karhunen & Kosonen (2011)	Através de entrevistas a um conjunto de empreendedoras Russas, os autores identificaram as seguintes características de gestão feminina: “mais soft”, mais comunicativa e interativa. No que diz respeito à atitude perante o risco as entrevistadas revelaram-se com pouca propensão ao risco, decidindo sempre dar “um passo de cada vez”. Este estudo caracteriza as mulheres como mais cautelosas, principalmente no que diz respeito ao período inicial de um novo negócio.
Sexton & Bowman (1986)	Realizaram um estudo em estudantes do género feminino e masculino onde compararam em termos psicológicos o seu espírito empresarial baseado em múltiplas dimensões, incluindo a independência, autocontrolo e propensão para o risco. Curiosamente, os autores denotaram diferenças entre as estudantes do género feminino que estudavam empreendedorismo e as que se encontravam noutras áreas de gestão no que diz respeito principalmente ao nível de energia, relacionamento interpessoal, propensão para o risco e autonomia.
Sexton & Bowman-Upton (1990)	Mulheres empreendedoras mais autónomas e mais propensas à mudança (gostam de novas experiências, evitam a rotina, poderão alterar valores e opiniões rapidamente); as mulheres têm maior aversão ao risco.
Gatewood, Shaver & Gartner (1995)	As mulheres relataram que iniciaram o negócio mais por factores internos, como por exemplo a estabilidade.
Watson & Newby (2005)	Propensão para o risco; homens e mulheres empreendedores demonstraram o mesmo grau de traços masculinos, embora as mulheres tenham exibido um número superior de traços femininos, nomeadamente a aversão ao risco.

Fonte: Elaborado pelos autores tendo por base a revisão da literatura

Cientes da importância que o MC desempenha como instrumento de financiamento de criação de pequenos negócios para mulheres que querem/necessitam tornar-se independentes (financeira e pessoalmente), apesar da atitude perante o risco de investimento ser de alguma cautela, por vezes até aversão, por parte destas mulheres, as três hipóteses formuladas nos parágrafos anteriores levam-nos a elaborar o nosso modelo concetual de investigação tal como consta da Figura 1.

FIGURA 1 – *Modelo Concetual de Investigação*



Fonte: Elaborado pelos autores

O modelo concetual proposto tem como objetivo, depois de caracterizar cada uma das dimensões, descobrir relações (caminhos) entre as várias dimensões e aferir de que forma é que as mesmas se relacionam para explicar, de uma forma geral, qual o contributo da atitude perante o risco e a ideia de negócio na escolha do microcrédito como instrumento de financiamento do novo negócio, por parte das mulheres empreendedoras. Neste sentido foram levantadas as seguintes hipóteses de investigação:

H₁: Existe uma relação causal entre os fatores que dão origem à ideia de negócio (internos, tal como conhecimentos adquiridos e externos, tal como rede de contactos) e a motivação para o acesso ao microcrédito.

H₂: Existe uma relação causal entre a atitude perante o risco (aversão *vs.* propensão) e a motivação para o acesso ao microcrédito.

H₃: Existe uma relação causal entre a atitude perante o risco (aversão *vs.* propensão) e os fatores que dão origem à ideia de negócio (internos, tal como conhecimentos adquiridos e externos, tal como rede de contactos).

MÉTODOS – População, amostra e procedimentos

Este estudo exploratório foi realizado junto de beneficiárias de MC em Portugal continental e ilhas (Madeira e Açores). O horizonte temporal da investigação teve como limite 7 anos (2005-2011), permitindo uma abrangência que julgamos poder ser significativa, tendo em consideração o número de anos em que os programas de Microcrédito existem em Portugal.

Para testar as hipóteses de investigação propostas foi utilizada uma amostra heterogénea determinada a partir de uma população composta pelas clientes beneficiárias do microcrédito de uma determinada instituição bancária, em Portugal e Ilhas. A seleção da amostra foi realizada de forma aleatória para que cada componente tenha exatamente a mesma probabilidade de ser selecionada. Procurou-se realizar uma amostragem

estratificada, em que a seleção final dos elementos assegurasse uma melhor cobertura da população. A estratificação foi realizada de forma proporcional, utilizando variáveis como a residência e o ano da aprovação do projeto.

Segundo os dados disponibilizados pela Instituição Bancária, existiam 1.152 operações de crédito concedido, até ao final do 1º trimestre de 2011, que representavam 10.258.382€ dos quais 6.581.783€ capital em dívida. Do total das operações de MC, 346 encontravam-se em crédito vencido, representando 4.663 prestações em 1.149.445€ dos quais 458.054 € de juros vencidos. Estas operações de crédito apresentavam uma taxa média de juros de 15,5%. Durante o segundo trimestre de 2011, foram enviados 323 questionários por e-mail, tendo obtido no final de todo o processo 134 respostas válidas.

Para medir a **aversão ao risco**, optou-se por operacionalizar o receio relativo à incerteza e instabilidade associadas ao desenvolvimento do negócio, utilizando-se três itens (Cf. Quadro 3) avaliados numa escala do tipo Likert de cinco pontos (1: Nenhum receio; 5: Muito receio). A **origem da ideia de criação do negócio**, operacionalizada em duas dimensões, interna e externa, foi medida solicitando às inquiridas a indicação da importância de cada item, três por cada dimensão, numa escala do tipo Likert de cinco pontos (1: Insignificante; 5: Muito importante). A mesma escala serviu para medir os **motivos que levam as mulheres a recorrer ao Microcrédito**, aplicando um questionário constituído por seis itens, três de cada dimensão: independência (financeira e pessoal) e inclusão (Cf. Quadro 2).

O modelo de medida das cinco variáveis, correspondentes aos três conceitos (atitude perante o risco, ideia de criação de negócio e motivos para aceder ao MC), foi avaliado de acordo com os coeficientes estimados por máxima verosimilhança (MV) numa análise fatorial confirmatória, com recurso ao software IBM SPSS Amos 21.

RESULTADOS

Procede-se, em primeiro lugar, à caracterização da amostra através da estatística descritiva das variáveis socioeconómicas e culturais que distinguem as mulheres beneficiárias do MC. Podemos aferir que 55% das inquiridas são casadas e 60% têm filhos a cargo. Encontram-se maioritariamente no escalão etário inferior a 40 anos (58%), sendo de salientar que 28% têm entre 41 e 50 anos.

Relativamente ao nível de instrução, podemos verificar a predominância da frequência do ensino secundário (47%), enquanto 36% têm apenas o ensino básico e os restantes 17% frequentaram o ensino superior. No que concerne à situação profissional antes de recorrer ao MC, aferimos que 42% das mulheres inquiridas eram trabalhadoras por conta de outrem, 20% trabalhavam por conta própria e 32% encontravam-se desempregadas.

O valor dos empréstimos concedidos situa-se no intervalo entre 1.500 e 30.000 euros, com mediana de 10.000€ e a metade central da distribuição compreendida entre os 6.000€ e os 15.000€. A esmagadora maioria (96%) dos projetos incide em atividades do setor terciário. À data de inquirição, dois terços dos projetos estavam em curso, mas os restantes tinham sido suspensos ou descontinuados, maioritariamente por falta de rendibilidade. Das beneficiárias de empréstimos para projetos que já não estavam em curso, cerca de metade estava desempregada e a outra metade trabalhava por conta de outrem.

ANÁLISE DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS PARA O MODELO PROPOSTO

Para avaliar o ajustamento dos dados empíricos ao modelo teórico, recorreremos a um modelo de equações estruturais que relaciona os motivos de acesso ao microcrédito com as dimensões da fonte de ideia de negócio (internas e externas) e a propensão para o risco. Como defendem Fornell e Larcker (1981), antes de verificar a significância das relações entre as variáveis num modelo estrutural, torna-se necessário demonstrar a validade e a precisão do respectivo modelo de medida, designadamente: 1) A fiabilidade do constructo, ou fiabilidade compósita (FC); 2) a variância extraída média (VME); e, 3) a comparação entre a VME de uma variável latente e os quadrados das correlações com as restantes variáveis latentes. Ainda segundo Fornell e Larcker (1981), as duas primeiras medidas são indicadores de validade convergente e a última é indicador de validade discriminante.

O Quadro 4 apresenta os coeficientes de regressão padronizados λ estimados pelo método de MV e os resultantes valores de FC e de VME, calculados a partir dos referidos λ , de acordo com Fornell e Larcker (1981). Todos os valores de FC e de VME superam os valores de referência, respectivamente 0,7 e 0,5 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2009), assegurando a validade convergente das diversas variáveis latentes.

Quadro 4 – Pesos fatoriais padronizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do modelo de medida

Fator	Item	λ	FC	VEM
Atitude perante o risco: aversão	Falência	0,815	0,930	0,817
	Instabilidade	0,903		
	Incerteza Remuneratória	0,986		
Origem ideia de negócio: interna	Experiência	0,927	0,949	0,860
	Conhecimentos	0,911		
	Conhecimento Técnico	0,944		
Origem ideia de negócio: externa	Clientes	0,922	0,933	0,823
	Fornecedores	0,954		
	Investidores	0,842		
Motivo para recorrer ao microcrédito: Independência	Pessoal	0,934	0,771	0,635
	Económica	0,631		
Motivo para recorrer ao microcrédito: Inclusão	Status	0,622	0,833	0,630
	Carreira	0,883		
	Liderar	0,850		

Fonte: Elaborado pelos autores

Para além da validade convergente, é necessário assegurar que existe validade discriminante, entre todas as cinco variáveis que representam os três conceitos em análise. No modelo inicial, com 15 indicadores, detetou-se um problema de discriminação entre o ‘motivo para aceder ao MC: Independência’ e a ‘origem da ideia para criação de negócio: Interna’. Após a exclusão dum indicador do ‘motivo para aceder ao MC: Independência’, “remuneração fixa”, demonstra-se no Quadro 5 que não há nenhum coeficiente de correlação entre as variáveis que supere as raízes quadradas das respectivas VEM, satisfazendo assim completamente os requisitos de validade discriminante (Fornell & Larcker, 1981). Importa, finalmente, reportar os índices de qualidade de ajustamento deste modelo de medida. O valor de χ^2 por grau de liberdade é de 2,135; CFI=0,958; RMSEA=0,092; valores que, segundo Marôco (2010), permitem classificar como boa a qualidade do ajustamento.

Quadro 5 – *Coefficientes de correlação do modelo de medida*

	Aversão ao risco	Origem da ideia: Interna	Origem da ideia: Externa	Motivo MC: Independência	Motivo MC: Inclusão
Aversão ao risco	0,907				
Origem da ideia: Interna	0,607	0,797			
Origem da ideia: Externa	0,625	0,524	0,794		
Motivo MC: Independência	0,750	0,722	0,637	0,927	
Motivo MC: Inclusão	-0,435	-0,439	-0,302	-0,391	0,904

Notas: 1) Os valores na diagonal são as raízes quadradas da VEM; 2) todas as covariâncias estimadas por MV são significativas com $p < 0,001$, exceto Receio \leftrightarrow Inclusão, com $p < 0,01$.

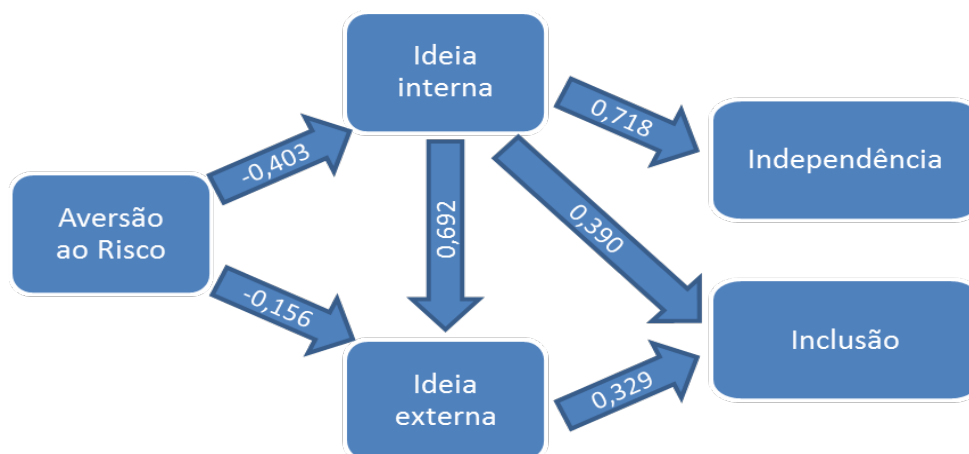
A análise das trajetórias entre as variáveis latentes revelou que 52% da variância do ‘motivo para aceder ao MC: Independência’ pode ser explicada pela ‘origem de criação de negócio: interna’ ($\beta=0,718$; $p \leq 0,001$) (Quadro 6). A ‘origem de criação de negócio: interna’ tem ainda um efeito significativo sobre o ‘motivo para aceder ao MC: inclusão’ ($\beta=0,39$; $p=0,003$) e sobre a ‘origem de criação de negócio: externa’ ($\beta=0,692$; $p \leq 0,001$). Esta variável, por sua vez, tem uma pequena contribuição para explicar o ‘motivo para aceder ao MC: inclusão’ ($\beta=0,329$; $p=0,01$) e não mostrou qualquer relação com o ‘motivo para aceder ao MC: independência’. Finalmente, a variável exógena ‘atitude perante o risco: aversão’, operacionalizada neste estudo pelo receio associado ao desenvolvimento do negócio, tem um efeito moderado sobre ‘origem de criação de negócio: interna’ ($\beta=0,403$; $p \leq 0,001$) e mais fraco sobre a ‘origem de criação de negócio: externa’ ($\beta=0,156$; $p=0,023$).

Quadro 6 – *Coefficientes estruturais (estimados por MV)*

	Valor estimado	Erro padrão	Rácio crítico	p	Coefficiente padronizado
Aversão risco \rightarrow Origem de ideia: Interna	-0,456	0,099	-4,605	$<0,001$	-0,403
Aversão ao risco \rightarrow Origem de ideia: Externa	-0,167	0,074	-2,272	0,023	-0,156
Origem de ideia: Interna \rightarrow Origem de ideia: Externa	0,656	0,072	9,174	$<0,001$	0,692
Origem de ideia: Externa \rightarrow Motivo MC: Inclusão	0,199	0,077	2,582	0,010	0,329
Origem de ideia: Interna \rightarrow Motivo MC: Independente	0,488	0,050	9,826	$<0,001$	0,718
Origem de ideia: Interna \rightarrow Motivo MC: Inclusão	0,223	0,074	3,009	0,003	0,390

Este modelo estrutural, que apresenta uma boa qualidade de ajustamento empírico – $\chi^2/g.l.= 2,271$; CFI=0,949; RMSEA=0,093 – está representado na Figura 2, através dos pesos factoriais padronizados das relações previstas que se revelaram estatisticamente significativas.

FIGURA 2 – Submodelo causal – coeficientes estruturais padronizados



Podemos concluir que a relação causal mais evidente entre as três variáveis em estudo é a influência da ‘origem interna da criação de negócio’, ou seja, a que é devida a conhecimentos acumulados, exerce sobre a motivação para aceder ao MC, principalmente quanto o motivo invocado é a independência pessoal ou económica. Esses conhecimentos têm ainda efeito sobre a formação de ideias de negócio através de contactos com *stakeholders* transaccionais.

Como vimos, os dados obtidos na amostra revelaram-se ajustados ao modelo. De referir que neste estudo não foi possível estabelecer uma relação direta entre a ‘atitude perante o risco’ e a motivação para o acesso ao MC. No entanto, é de registar que essa atitude tem um efeito bastante significativo sobre a ‘origem interna da criação de negócio’, que, como já foi salientado, exerce forte influência na motivação para aceder ao MC.

DISCUSSÃO, CONCLUSÃO E IMPLICAÇÕES

Procuramos ao longo deste estudo analisar a eficácia do MC enquanto estímulo ao empreendedorismo como fonte de financiamento na criação de novos negócios, bem como saber se mudanças no comportamento profissional e pessoal das microempreendedoras são relevantes para influenciar a procura deste tipo de investimento. Os resultados demonstram que o programa de MC tem ajudado na minimização de fenómenos sociais menos desejáveis, como o desemprego. Foi possível verificar, por exemplo, que vários projetos (51%) criam mais do que um posto de trabalho. É ainda de ressaltar a baixa participação em projetos de microcrédito de mulheres beneficiárias com formação superior (17%), que provavelmente terão maior facilidade de acesso ao crédito bancário normal e outros programas de apoio ao empreendedorismo que envolvem montantes mais elevados por parte de mulheres com um nível formação e informação superior

No que diz respeito aos resultados das hipóteses de investigação, os resultados permitem-nos identificar uma relação direta entre a ideia de criação de negócio e a motivação de acesso ao MC, comprovando-se a Hipótese 1. Existe uma relação causal entre as dimensões da ideia de criação de negócios (conhecimentos adquiridos e rede de contactos) e a motivação para o acesso ao MC. Assim, podemos afirmar que os conhecimentos adquiridos (através de formação e/ou know-how acumulado) e a rede de contactos com diferentes *stakeholders* influenciam positivamente a motivação para o acesso ao microcrédito.

De salientar ainda que as mulheres que têm ideias de negócio com origem nos conhecimentos adquiridos (formação e/ou know-how), procuram mais informação junto das suas redes de contactos, verificando-se uma relação muito positiva entre estas duas variáveis da mesma dimensão (origem de ideia de criação de negócio).

A segunda questão de investigação versava sobre a influência da atitude perante o risco na motivação para o acesso ao MC. Verificou-se que não existe uma relação directa entre estas duas variáveis, não se confirmando a Hipótese 2. No entanto, existe uma relação indirecta, já que a aversão ao risco influencia negativamente a importância de factores internos (conhecimento) na geração de ideias de negócio, a qual, por sua vez, tem um contributo muito importante na motivação para aceder ao MC, como comprovado na questão anterior.

Já no que concerne à Hipótese 3, esta é confirmada pelos efeitos negativos significativos da aversão ao risco sobre a importância de factores internos e externos na criação de ideias de negócio, mas convém salientar que o efeito é bastante mais significativo nos primeiros (internos, tal como conhecimento) do que nos segundos. Como afirmar que as mulheres que são mais aversas ao risco, quando necessitam criar o seu próprio negócio, procuram ideias com origem mais externa do que internamente, como por exemplo a decisão de enveredar pelo *franchising*.

De forma geral, as inquiridas manifestaram uma perceção positiva sobre o recurso ao MC, sendo de salientar que praticamente dois terços afirmam que se não tivessem recorrido ao MC não teriam realizado os seus projetos. As beneficiárias que responderam não ter valido a pena o MC são aquelas cujo projeto já não está em curso e que prefeririam um tipo de emprego exclusivamente por conta de outrem.

Ao invés de subsidiar, o microcrédito confere oportunidade, financiando de forma remunerada e com a obrigação de reembolso, a microempresendedores que, não dispendo de alternativas de financiamento, reúnam condições de viabilidade e apresentem um projeto equilibrado. Este equilíbrio implica igualmente que os fundos necessários para o projeto não sejam exclusivamente provenientes do microcrédito contribuindo assim para os projetos apresentem uma robustez acrescida para enfrentarem um ambiente competitivo.

Microcrédito pode ser considerado uma solução financeira suscetível de ser utilizada, com os ajustes devidos, em todas as sociedades, das menos às mais desenvolvidas, pela razão de que em todas elas existem camadas da população em risco de exclusão.

Devemos referir que a dimensão da amostra utilizada, decorrente de incluir beneficiárias de apenas uma instituição bancária, constituiu sem sombra de dúvida uma limitação deste estudo. Teria sido preferível abordar uma amostra de maior amplitude (por exemplo, beneficiários do MC em Portugal, englobando as outras instituições financeiras) e analisar um universo de maior dimensão tornando possível fazer um estudo que possibilitasse a comparação de resultados finais entre si.

Em jeito de epílogo, consideramos ser nossa obrigação deixar em aberto uma proposta para futuras linhas de orientação para colmatar a falha de investigações nesta área tão específica, como a de financiamentos concedidos na forma de microcrédito e o seu fomento para o desenvolvimento do empreendedorismo.

A nossa proposta apontaria, tanto quanto possível, para uma repetição deste estudo, com a introdução de mais variáveis cognitivas de acordo com os diversos autores estudados, nomeadamente as relacionadas com as características sócio-demográficas, sócio-profissionais e sócio-económicas, tendo em conta que para isso ser possível a amostra terá que ser de maior extensão. Pensamos que o enriquecimento deste trabalho poderia passar pela realização de pesquisas qualitativas com mulheres empreendedoras, que recorreram ao MC, com o objetivo de examinar, de forma detalhada e aprofundada, a diversidade de aspectos que atuaram ao longo do seu percurso e assim esclarecer questões aqui levantadas, abrindo ainda novos caminhos nesta área de conhecimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahl, H. (2004). *The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Liber, Copenhagen Business School Press, Sweden.
- Ahlin, C. & Jiang, N. (2008). Can micro-credit bring development? *Journal of Development Economics* 86 1–21.
- Allen I.E., Langowitz, N. & Minniti M. (2007). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Report on Women and Entrepreneurship.
- Alves, M. B. (2008). Microcredit as a way of giving people more dignity, in Oliveira, Catarina Reis and RATH Jan (eds), *Migrações Jornal – Special Issue on Immigrant Entrepreneurship*, October 2008, nº 3, Lisbon ACIDI, PP 225-262
- Anderson, S., Carter, S., & Shaw, E. (2001). Women's business ownership: A review of the academic, popular and internet literature. Small Business Service Research Report, RR002/01. Glasgow: University of Strathclyde.
- Armendáriz de Aghion, B. & Morduch J. (2010). *The Economics of Micro-finance*. MIT Press, (2nd ed.) Cambridge MA.
- Bailyn, L., (1993). SMR forum: patterned chaos in human resource management. *Sloan Manage. Rev.* 34 (2), 77–83.
- Batbekh, S. & Blackburn K. (2011). On the Macroeconomics of Microfinance. Discussion Paper Series, 106, Manchester.
- Bauer, M., Chytilová, J. & Morduch, J. (2008). [Behavioral Foundations of Microcredit: Experimental and Survey Evidence From Rural India. Working Papers IES](#) 2008/28, Charles University Prague, Faculty of Social Sciences, Institute of Economic Studies.
- Belcourt, M. Burke R & Lee-Gosselin H (1991). *The Glass Box: Women Business Owners in Canada*. Ottawa, Canada: *The Canadian Advisory Council on the Status of Women*.
- Birley S & Wright M (2001). Entrepreneurship and wealth creation: Sue Birley reflects on creating and growing wealth. *European Management Journal*, 19(2): 128- 139.
- Birley, S (1989). Female entrepreneurs: Are they really any different? *Journal of Small Business Management*, 27(1): 7-31.
- Birley, Sue, & Paul Westhead (1994). A Taxonomy of Business Start-up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size, *Journal of Business Venturing* 9, 7-31.
- Borooah, V., Collins, G., Hart, M. & MacNabb, A. (1997). Women and self-employment: an analysis of constraints and opportunities in Northern Ireland. In Deakins D, Jennings P and Mason C (Eds), *Small Firms Entrepreneurship in the Nineties*. London: Paul Chapman Publishing, pp72-88.
- Bosma, N. S., Levi, J. (2010). Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report. Global Entrepreneurship Research Association.
- Boquín, R. A., Eltz, M., Massie, J & Stein, L. (Coord.) (2009) *État de la Campagne du Sommet du Microcrédit Rapport 2009*. Sam Daley-Harris. Rédigé par Sam Daley-Harris Directeur de la Campagne du Sommet du Microcrédit.
- Bowen, D.D., Hisrich, R.D. (1986). The female entrepreneur: A career development perspective. *Academy of management review*, JSTOR.

- Brana, S. (2013). Microcredit: an answer to the gender problem in funding? *Small Bus Econ* 40:87–100.
- Brush, C. & Gatewood, E. (2008) Women growing businesses: Clearing the hurdles. *Business Horizons*. Kelley School of Business, Indiana University, 51, 175–179.
- Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16(4), 5–30.
- Buttner, E. H. (2001). Examine Female Entrepreneurs' Management Style: An Application of a Relational Frame. *Journal of Business Ethics*, 29: 253-269.
- Buttner, E. H., & Moore, D. P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34-46.
- Caputo, R.K., & Dolinsky, A. (1998). Women's choice to pursue self-employment: the role of financial and human capital of household members. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 8–17.
- Carland, J. & Carland J. (1991). An empirical investigation into the distinction between male and female entrepreneurs and managers. *International Small business Journal*, 9(3):62-72.
- Carter, N.M., Gartner, W.B., Shaver, K.G., & Gatewood, E.J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 13–39.
- Collins, O. F. & Moore, D. G. (1964). *The Enterprising Man*. East Lansing: Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour* 8 (3) p. 251-261
- Cull, R., Demigüzc-Kunt, A., & Morduch, J. (2007). Financial performance and outreach: A global analysis of leading microbanks. *Economic Journal*, 117(517), 107–133.
- D'Espallier, B., Guerin, I, Mersland, R. (2011). Women and Repayment in Microfinance: A Global Analysis, *World Development* Vol. 39, No. 5, pp. 758–772.
- DeMartino, R. & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18, 815–832.
- Diaz-Garcia, M. C. (2000). La iniciativa empresarial femenina. Universidad de Castilla La Mancha. Facultad de Ciências Económicas y Empresariales. Série 10. nº2.
- Diaz-Garcia, M.C. & Jiménez Moreno, J.J. (2007). ¿Cómo Incide el Género en la Intención de Crear una Empresa? XXI Congreso Anual AEDEM, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, p. 6.
- Friberg, M.(1976). Is the salary the only incentive for work?. *Sociol. Forsk.* 1.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 18(1), 39-50.
- Gatewood, E.J., Carter, N.M., Brush, C.G., Greene, P.G. & Hart, M.M. (2003). *Women entrepreneurs, their ventures, and the venture capital industry: An annotated bibliography*. Stockholm: ESBRI.
- Gatewood, E.J., Shaver, K.G. & Gartner, W.B., 1995. A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal Business Venturing* 10, 371–391.
- Global Entrepreneurship Monitor (2010). Estudo sobre o empreendedorismo. in http://www.empreender.aip.pt/irj/go/km/docs/sitemanager/www_empreender_aip_pt/documentos/pt/barometro/destaque/GEM_Portugal_Final.pdf. acedido em março de 2013.
- Goffee, R. & Scase, R. (1985). *Women in charge: The experiences of female entrepreneurs*. London: George Allen and Unwin.
- Goffee, R. & Scase, R. (1987). Patterns of business proprietorship among women in Britain. Chapter 5 in Goffee R and Scase R (eds), *Entrepreneurship in Europe: The Social Processes*. London: Crook Helm.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, N.J.; Harlow: Pearson Education.
- Hakim, C. (1989). New recruits to self-employment in the 1980s", *Employment Gazette*, June, p. 286-97.
- Hermes N. & Lensink, R. (2007). The Empirics of Microfinance: what do we know? *The Economic Journal*, 117.
- Hermes N. & Lensink, R. (2011). Microfinance: Its Impact, Outreach, and Sustainability. *World Development* Vol. 39, No. 6, pp. 875–881.

- Hisrich, R. (1986). The Woman Entrepreneur: A Comparative Analysis. *Leadership & Organization Development Journal*, 7(2):8-16.
- Hisrich, R.D. & Brush, C.G. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Managing, and Financing a Successful New Business*. Lexington Books, Lexington, MA.
- Hisrich, R. D., & O'Brien, M. (1982). The woman entrepreneur as a reflection of the type of business. In K.H. Vesper (Ed.), *Frontiers of entrepreneurial research* (pp. 54-67). Boston, MA: Babson College.
- Kinyanjui, N. (2008). From home to jua kali enterpris spaces:entrepreneurship and female gender identity, *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 5.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational Factors in a Push-pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*. Vol. 24, N.º 5, 346-364.
- Kirkwood, J. & Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 16 No. 3, p. 204-228.
- Kolvreid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory Pract.* 20 (3), 23–31.
- Littlefield, E., Morduch, J., & Hashemi, S. (2003). Is microfinance an effective strategy to reach the Millennium Development Goals? CGAP Focus Note 24, Washington DC: CGAP.
- Mallon & Cohen, (2001) My brilliant career?: Using stories as a methodological tool in careers research. *International Studies of Management & Organization*.
- Marôco, J. (2010). *Análise de Equações Estruturais: Fundamentos teóricos, Software & Aplicações*. Pêro Pinheiro: ReportNumber.
- Mayoux, L., & Hartl, M. (2009). *Gender and rural microfinance: reaching and empowering women*. IFAD, August.
- Maysami, R.C. & Goby, P.G. (1999): Female business owners in Singapore and elsewhere: A review of studies, *Journal Small Business Management*, Abril, 96-105.
- Marques, C., Gerry, C. & Nogueira, F. (2008) From the university environment to academic entrepreneurship 6th Inter-RENT Online Publication Editor Tõnis Mets European Council for Small Business and Entrepreneurship (ECSB).
- Marques, C., Santos, G., Gerry, C. & Gomes, G. (2011). Business motivation and work-family balance among urban and rural women entrepreneurs in Portugal. *Entrepreneurship: Motivation, Performance and Risk Reward*. Nova Science Publishers.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand.
- McIntosh, C., Villaran, G., Wydick B. (2011). Microfinance and home improvement: Using retrospective panel data to measure program effects on discrete events *World Development*, 39 (6), pp. 922–937.
- Microcredit Summit Campaign (2000). "Empowering women with microcredit: Microcredit Summit Campaign Report 2000." *Countdown 2005* 3(2–3) (July/August): 16–31.
- Miniti, M., Arenius, P. & Langowitz, N. (2005). *Global entrepreneurship monitor: 2004 report on women and entrepreneurship*. Babson Park, MA and London: Babson College and London Business School.
- Mody, P. (2000). "Gender empowerment and microfinance." Working paper, Evans School.
- Nkamnebe, D. D. (2007). *Women and Micro Credit in Nigéria: Implications for Poverty Alleviation and Fight Against Vulnerability*, Nnamdi Azikiwe University, Nigeria.
- Orhan, M. & Scott, D. (2001): Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5/6): 232-243.
- Rallens, T. & Ghazanfar, S. (2006), Microfinance: Recent experience, future possibilities, *Journal of Social, Political, and Economic Studies*, 31(2), pp. 197- 211.
- Schreier, J. (1975). *The Female Entrepreneur: A Pilot Study*, Milwaukee, Wis.: Center for Venture Management.
- Scheinberg, S., & MacMillan I. G. (1988). "An 11 Country Study of Motivations to Start a Business," in *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Ed. Bruce Kirchoff, Wayne Long, W. Ed McMillan, Karl Vesper, and William E. Wetzel. Wellesley, Mass.: Babson College, 669-687.
- Schwartz, E.B. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier, *Journal of Contemporary Business*, Winter. 47-76.
- Scott, C. (1986). Why more women are becoming entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 24(4): 38-44.

- Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol. 11 No. 1, 42-57.
- Sexton, D. & Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5(1):29-36.
- Snow, D., & Buss, T. (2001). Development and the role of microcredit. *Policy Studies Journal*, 29(2), pp. 296-307.
- Stokes, J, Riger, S & Sullivan, M. (1995). Measuring perception of the working environment for women in corporate settings. *Psychology of Women Quarterly*, 19: 533-49.
- Sundin, E., & Holmquist, C. (1991). The Growth of women entrepreneurship - push or pull factors? In A. A. Gibb (Ed.), *Recent research in Entrepreneurship*. Aldershot: Avebury.
- Salmenniemi S., Karhunen P. & Kosonen R. (2011): Between Business and Byt: Experiences of Women Entrepreneurs in Contemporary Russia, *Europe-Asia Studies*, 63:1, 77-98
- Susan, M. O. (2005). Forty Acres and a Mule' for Women: Rawls and Feminism. *Politics, Philosophy and Economics* 4 (2):233-248.
- Underwood, T. (2006). Women and microlending in Western Europe. Paris: EMN working paper 2.
- Valoura, M.F. (2012). Financiamentos concedidos na forma de microcrédito: fomento para o desenvolvimento do empreendedorismo. Dissertação de Mestrado em Gestão. UTAD, Portugal.
- Yunus, M. (2003). Banker to the poor: Micro-lending and the battle against world poverty. Public Affairs.
- Yunus, M. (2011). "What is microcredit?" in http://www.grameen-info.org/index.php?option=com_content&task=view&id=28&Itemid=108 acedido em março de 2013.
- Wilson, F., Marlino, D. & Kickul, J. (2004). Our entrepreneurial future: examining the diverse attitudes and motivations of teens across gender and ethnic identity. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 9 No. 3, pp. 177-97.
- Zhao, H. & Seibert, S. E. (2006) The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 91 (2), 259-71.
- Zhao, H., Seibert, S. & Hills, G. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90:1265-1272.