



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

Faculdade de Ciências Aplicadas



MARCELA ALESSANDRA DE MORAES

**DIFERENÇAS DE GÊNERO NO COMPORTAMENTO
EMPREENDEDOR: UMA ANÁLISE NAS FACULDADES DE
TECNOLOGIA DO ESTADO DE SÃO PAULO (FATECs)**

LIMEIRA
2022



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS'

Faculdade de Ciências Aplicadas



MARCELA ALESSANDRA DE MORAES

**DIFERENÇAS DE GÊNERO NO COMPORTAMENTO
EMPREENDEDOR: UMA ANÁLISE NAS FACULDADES DE
TECNOLOGIA DO ESTADO DE SÃO PAULO (FATECs)**

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas como parte dos requisitos exigidos para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes.

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DA DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELA ALUNA MARCELA ALESSANDRA DE MORAES E ORIENTADA PELO PROF. DR. GUSTAVO HERMÍNIO SALATI MARCONDES DE MORAES.

LIMEIRA
2022

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas
Ana Luiza Clemente de Abreu Valério - CRB 8/10669

M791d Moraes, Marcela Alessandra de, 1981-
Diferenças de gênero no comportamento empreendedor : uma análise nas faculdades de tecnologia do estado de São Paulo (FATECs) / Marcela Alessandra de Moraes. – Limeira, SP : [s.n.], 2022.

Orientador: Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes.
Dissertação (mestrado profissional) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas.

1. Empreendedorismo. I. Moraes, Gustavo Hermínio Salati Marcondes de, 1981-. II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Ciências Aplicadas. III. Título.

Informações Complementares

Título em outro idioma: Gender differences in entrepreneurial behaviour : an analysis in technology schools in the state of Sao Paulo (FATECs)

Palavras-chave em inglês:

Entrepreneurship

Área de concentração: Gestão e Sustentabilidade

Titulação: Mestre em Administração

Banca examinadora:

Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes [Orientador]

Antônio Carlos Pacagnella Júnior

Izabela Simon Rampasso

Data de defesa: 21-11-2022

Programa de Pós-Graduação: Administração

Identificação e informações acadêmicas do(a) aluno(a)

- ORCID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-7227-2529>

- Currículo Lattes do autor: <https://lattes.cnpq.br/7712142283366965>

Folha de Aprovação

Autor(a): Marcela Alessandra de Moraes

Título: Diferenças de gênero no comportamento empreendedor: uma análise nas faculdades de tecnologia do estado de são paulo (fatecs)

Natureza: Dissertação

Área de Concentração: Gestão e Sustentabilidade

Instituição: Faculdade de Ciências Aplicadas – FCA/Unicamp

Data da Defesa: Limeira-SP, 21 de novembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Gustavo Herminio Salati Marcondes de Moraes (orientador)
Faculdade de Ciências Aplicadas - FCA/Unicamp

Prof. Dr. Antônio Carlos Pacagnella Júnior (membro)
Faculdade de Ciências Aplicadas - FCA/Unicamp

Profa. Dra. Izabela Simon Rampasso (membro externo)
Universidad Universidad Católica del Norte (UCN - Chile)

A Ata da defesa com as respectivas assinaturas dos membros encontra-se no SIGA/Sistema de Fluxo de Dissertação/Tese e na Secretaria do Programa da Unidade.

Dedico este trabalho à minha família: meu esposo Rony e a minha filha Júlia.

AGRADECIMENTOS

A jornada parecia impossível. Primeiro me enxerguei incapaz, haviam limitações existentes somente na minha mentalidade, em seguida a pandemia Covid-19 isolou o mundo todo e os sonhos pareciam suspensos. Felizmente, ao meu lado haviam pessoas que me fizeram acreditar neste momento, a qual posso expressar a minha imensa gratidão.

Meu agradecimento especial ao meu esposo Rony, sem você eu não teria nem iniciado, o seu amor me fez acreditar em meu potencial, obrigada pelas vezes em que pensei em desistir e lá estava você ao meu lado, me apoiando e mostrando que posso ir mais longe, obrigada por ser esse companheiro maravilhoso, desejo sempre permanecer em sua companhia.

Meu agradecimento ao meu orientador, Dr. Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes, a qual tenho profunda admiração e gratidão, sem você eu jamais teria conseguido, meu muito obrigada pelo seu apoio e por não desistir nos momentos mais difíceis, senti na essência o quanto a universidade e o professor fazem diferença na vida do aluno.

Por fim, agradeço também aos professores Dr. Antônio Carlos Pacagnella Júnior e a Dra. Izabela Simon Rampasso por participarem deste momento e pelas suas valiosas contribuições.

“Um navio no porto é seguro, mas não é para isso que os navios foram feitos.”

John Augustus Shedd

RESUMO

A presente dissertação teve como o objetivo analisar as diferenças na influência das características empreendedoras na intenção de empreender de acordo com o gênero, em um país em desenvolvimento. Mais especificamente, verificou-se se as influências das características empreendedoras (autoeficácia, detecção de oportunidades, inovação, liderança, persistência, planejamento e sociabilidade) na intenção de empreender são diferentes entre o gênero masculino e o feminino, no ensino superior tecnológico paulista. A metodologia utilizada foi quantitativa com o uso de análise multivariada de dados, por meio da técnica de Modelagem de Equações Estruturais por Mínimos Quadrados Parciais (MEE-MQP). A amostra foi composta por 604 alunos do ensino superior tecnológico das Faculdades de Tecnologia do Estado de São Paulo (Fatecs). Os resultados comprovaram a diferença em três relacionamentos. O gênero feminino apresentou influência mais intensa nos relacionamentos de autoeficácia e persistência na intenção empreendedora. O gênero masculino apresentou influência maior no relacionamento de sociabilidade e intenção empreendedora. A pesquisa contribui para o avanço do conhecimento sobre o comportamento empreendedor feminino, bem como sobre o contexto do ensino superior tecnológico do país. Os resultados reforçam que estimular o desenvolvimento das características empreendedoras de forma distinta entre os gêneros pode ser uma ação fundamental para a implementação de uma educação empreendedora efetiva dentro das faculdades. Adicionalmente, sugere-se uma abordagem mais prática em ações voltadas ao empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, Gênero, Perfil Empreendedor, Características Empreendedoras, Intenção Empreendedora, Faculdade de Tecnologia.

ABSTRACT

The present dissertation aimed to analyze the differences in the influence of entrepreneurial characteristics on the intention to undertake according to gender, in a developing country. More specifically, it was verified whether the influences of entrepreneurial characteristics (self-efficacy, detection of opportunities, innovation, leadership, persistence, planning and sociability) on the intention to undertake are different between males and females genders in technological higher education in São Paulo. The methodology used was quantitative with multivariate data analysis, through of Modeling Structural Equations by Partial Least Squares (MEE-MQP). The sample consisted of 604 students of technological higher education from the Fatecs of Technology of the State of São Paulo (Fatecs). The results proved the difference in three relationships. The female gender had a more intense influence on self-efficacy relationships and persistence in entrepreneurial intention. The male gender had a greater influence on the relationship of sociability and entrepreneurial intention. The research contributes to the advancement of knowledge about female entrepreneurial behavior, as well as about the context of technological higher education in the country. The results reinforce to encourage entrepreneurial characteristics differently between genders can be a fundamental action for the implementation of an effective entrepreneurial education within the faculties. Additionally, a more practical approach is suggested in actions aimed at entrepreneurship.

Keywords: Female Entrepreneurship, Gender, Entrepreneurial Profile, Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Intention, São Paulo State Technological Colleges.

Sumário

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	Intenção empreendedora	15
2.2	Características empreendedoras.....	16
2.2.1	Autoeficácia e diferenças de gênero.....	18
2.2.2	Assumir riscos e diferenças de gênero	20
2.2.3	Inovação e diferenças de gênero.....	21
2.2.4	Liderança e diferenças de gênero	23
2.2.5	Identificação de oportunidade e diferenças de gênero.....	25
2.2.6	Persistência e diferenças de gênero	27
2.2.7	Planejamento e diferenças de gênero.....	28
2.2.8	Sociabilidade e diferenças de gênero.....	29
3	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	31
3.1	Modelo conceitual e hipóteses	31
3.2	Amostra.....	35
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	37
4.1	Análise descritiva.....	37
4.2	Avaliação do modelo de mensuração	39
4.3	Avaliação do modelo estrutural	42
4.4	Análise multigrupo.....	44
5	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	47
6	CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53

1 INTRODUÇÃO

Historicamente os gêneros têm desempenhado diferentes papéis dentro da sociedade. Enquanto o gênero masculino detinha a trajetória social disruptiva, de lutas e de conquistas científicas, o gênero feminino ocupava como função principal a gestão familiar, mantendo fortes laços nas suas relações com os filhos e no planejamento doméstico. Não havia a busca da renda igualitária, uma vez que o gênero masculino detinha a obrigatoriedade de prover o sustento familiar (Schmidt et al.2022).

Ocorre que crises financeiras mundiais despertaram o desenvolvimento do empreendedorismo inclusivo e a redução da lacuna de gênero no empreendedorismo é tida como oportunidade na criação de empregos (Brixiová et al. 2020). Mudanças culturais também motivaram o gênero feminino a ter anseios por uma vida independente e profissional, a competir no mercado de trabalho e a buscar pelo empreendedorismo. Porém, ao gênero masculino é atribuído o estereótipo de ousadia, gestão e maximização de lucros, enquanto ao feminino é atribuído o estereótipo de criação de valor social, ligado a família, voluntariado e caridade, resultado cultural enraizado principalmente na América Latina (Reichert et al. 2021; Laguía et al. 2022).

A participação feminina na criação de novos negócios no Brasil e principalmente em empreendimentos estabelecidos é menor do que a masculina; a igualdade de gênero na criação de novos negócios oportunizaria o desenvolvimento econômico e da sociedade. Quando avaliado investimentos financeiros em negócios em sua fase inicial, também há evidências das diferenças por gênero, revelando que a proporção de empreendedorismo feminino reduziu e também quando analisado a longevidade dos negócios, a taxa masculina é maior (GEM, 2018; 2021).

Segundo World Economic Forum (2020), a estimativa de paridade de gênero em participação e oportunidade econômica, educação e saúde e capacitação política piorou devido a pandemia do Covid-19, principalmente pela desproporção das responsabilidades familiares, tendo o gênero feminino uma responsabilidade maior com os cuidados dos filhos e das tarefas domésticas.

As pesquisas sobre empreendedorismo têm como foco principal a análise do ambiente institucional, fatores sociais e as características empreendedoras, apesar do aumento nas produções científicas sobre os efeitos de investimento de capital humano, os dados ainda se

mostram inconclusivos para a eficácia dos resultados no desempenho empresarial (Hogendoorn et al., 2019).

O desenvolvimento e estímulo do empreendedorismo tem como um de seus pilares a universidade (Campos et al., 2021; Muscio e Ramaciotti, 2019; Saeed et al., 2015). A dinâmica de cada contexto universitário molda a forma como a sua comunidade forma seu perfil e intenção empreendedoras. Pesquisas apresentaram evidências empíricas sobre os efeitos positivos que as estruturas de apoio educacional da universidade desempenham nas habilidades de ensino e inspiram a mentalidade empreendedora correta nos alunos (Abualbasal e Badran, 2019; Ferrandiz et al., 2018; Moraes et al., 2021; Ratang et al., 2016; Rideout & Gray, 2013), mas ainda não há um consenso sobre qual a forma mais eficaz de se incentivar o empreendedorismo universitário (Fischer et al., 2019; Moraes et al., 2020).

No ambiente universitário, a intenção empreendedora é um dos principais indicadores utilizados para mensurar o empreendedorismo (Campos et al., 2021; Moraes et al., 2021). A intenção empreendedora é uma condição que precede a ação de se iniciar um negócio, e diversos fatores podem influenciar nessa intenção (Krueger et al., 2000). Em uma comparação entre modelos para avaliar a intenção empreendedora no ambiente universitário, Rocha et al. (2022) identificou que algumas características empreendedoras em conjunto são os melhores preditores desse comportamento.

A literatura apresenta diversas evidências de uma relação positiva entre características empreendedoras individuais e a intenção de empreender (Campos et al., 2021; Liguori et al., 2018; Moraes et al., 2021; Rosique-Blasco et al., 2018). Porém, ainda existem importantes lacunas na literatura para as diferenças de gênero nesses relacionamentos (Amofah e Saladrighes, 2022; Krakauer et al., 2018; Pelegrini e Moraes, 2022). Essa lacuna parece ser maior no contexto de países em desenvolvimento, que geralmente tendem a emular práticas de economias mais avançadas sem muita adaptação às suas particularidades (Krakauer et al., 2018; Pelegrini e Moraes, 2022, Ramadani et al., 2022).

Nesse contexto, o objetivo da dissertação é analisar as diferenças na influência das características empreendedoras na intenção de empreender de acordo com o gênero, em um país em desenvolvimento. Mais especificamente, pretende-se verificar se as influências das características empreendedoras (autoeficácia, assumir riscos, inovação, liderança, persistência, planejamento, identificação de oportunidades e sociabilidade) na intenção de empreender é diferente entre o gênero masculino e o feminino, no ensino superior tecnológico paulista. A

pergunta de pesquisa pode ser compreendida como: “Existem diferenças entre os gêneros na influência das características empreendedoras na intenção empreendedora?”

A pesquisa tem como foco de análise as Faculdades de Tecnologia do Estado de São Paulo (Fatecs). A justificativa da escolha é pela importância do estado de São Paulo para o país, e a importância das Fatec no estado. O estado de São Paulo tem o maior Produto Interno Bruto (PIB) per capita do Brasil, e a maior densidade populacional, com mais de 45 milhões de pessoas (SEADE, 2022). Também apresenta os melhores resultados em termos de desenvolvimento da educação básica, sendo o 12º maior estado da área (IBGE, 2022). O estado é a região metropolitana mais importante do país (Fischer et al., 2019). Em relação ao ensino superior tecnológico, foi a modalidade de ensino que mais cresceu no país nos últimos anos, tendo um crescimento de 11,5% de 2018 para 2019, e um crescimento acumulado de mais de 200% na última década. Atualmente, os estudantes do ensino superior técnico correspondem a 14,2% do total de estudantes matriculados na graduação no Brasil (INEP, 2022).

A Fatec, foco do estudo, foi criada em 1969 sendo a primeira instituição brasileira a formar tecnólogos. Atualmente, conta com 73 faculdades de tecnologia e mais de 300 mil estudantes, em 336 municípios do Estado (CPS, 2021). A Fatec é a maior instituição pública de ensino tecnológico da América Latina (CPS, 2021), e possui uma cultura inovadora, com agência de inovação própria, e programas, espaços e plataformas para apoiar e estimular o empreendedorismo (InovaCPS, 2022). Dado esse contexto, estudar as diferenças de gêneros no comportamento empreendedor nas Fatecs tem relevância teórica e prática no campo do empreendedorismo.

Em pesquisa realizada com o mesmo objeto de estudo, Vasconcelos (2021) explorou a influência do ambiente universitário de ensino superior tecnológico no desenvolvimento do comportamento empreendedor. Os resultados confirmaram que o ambiente do ensino superior tecnológico tem impacto positivo no desenvolvimento das características empreendedoras, e identificou inclusive que esse impacto é superior do que no ensino superior de bacharelado. O autor também recomenda mais estudos que aprofundem as diferenças nesses relacionamentos. Assim, essa é mais uma justificativa para analisar se há diferenças de gênero no comportamento empreendedor, tendo como foco o ensino superior tecnológico.

A presente dissertação está estruturada, além desse capítulo introdutório, da seguinte forma. O capítulo 2 apresenta a fundamentação teórica, explorando as pesquisas sobre a intenção empreendedora, o perfil empreendedor e as diferenças de gênero nas características empreendedoras. O capítulo 3 apresenta os aspectos metodológicos, com o modelo conceitual

e hipóteses e os detalhes da amostra da pesquisa. O capítulo 4 apresenta a análise dos resultados. Por fim, os capítulos 5 e 6 apresentam, respectivamente, a discussão dos resultados e a conclusão e considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico abordará por meio de perspectivas da literatura e relatórios: a intenção empreendedora, as características do empreendedor e as diferenças de gênero nas características empreendedoras, de forma a apresentar resultados anteriores na área e os estudos mais recentes.

2.1 Intenção empreendedora

A literatura sobre empreendedorismo busca compreender os pontos-chaves para o surgimento de novos negócios. Por meio de modelos teóricos, a intenção empreendedora é explorada como a principal característica do comportamento empreendedor, considerando que a decisão de empreender é pautada em um comportamento intencional e por motivações particulares, os modelos procuram compreender o que precede tais intenções no comportamento real (Schlaegel e Koenig, 2014)

No campo de pesquisa da psicologia social, Ajzen e Fishbein (1975) por meio da teoria da Ação Fundamentada, relatam que a informação é utilizada de forma racional na tomada de decisões, assim o comportamento é resultante das intenções, que por sua vez são influenciados por atitudes e normas sociais. Ajzen (1985, 1991), com a Teoria do Comportamento Planejado (TPB), emerge com um dos modelos mais citados para prever as intenções (Ajzen 2012). O TPB assume que o comportamento é orientado por intenções e que as intenções direcionam para a mudança, em contraponto, a intenção ocorre em atitudes, normas subjetivas e o controle comportamental percebido (PCB) (Vamvaka et al. 2020).

No campo do empreendedorismo, o modelo Evento do Empreendedor de Shapero e Sokol (1982), explica a intenção empreendedora através da percepção do desejo, da viabilidade percebida e da tendência a agir. Alinhado a viabilidade percebida, Bandura (1982) aborda o conceito da autoeficácia, aplicado ao esforço investido e a perseverança em alcançar um objetivo. Da mesma forma, Bird (1988) relaciona o termo intencionalidade e explica o início do processo de acordo com as necessidades, valores, desejos, hábitos, crenças pessoais e o contexto em que o indivíduo está inserido. Gartner (1985) baseia-se em quatro dimensões principais: abordagem individual, organizacional, ambiental e processual em seus estudos sobre empreendedorismo.

Os modelos de Ajzen (Teoria do Comportamento Planejado-TPB) e Shapero (Evento Empreendedor), interligam à autoeficácia (controle comportamental percebido e viabilidade percebida), no qual o controle percebido engloba fatores de controle externo, como recursos, oportunidades e barreiras potenciais, e reflete a percepção de que depende exclusivamente do indivíduo para tal realização. As outras medidas de Ajzen ligadas as normas subjetivas e intenção correspondem a viabilidade percebida de Shapero, contudo a intenção pode não ser suficiente, muitos fundadores de negócios afirmaram a princípio não ter a intenção em iniciar um negócio a isso Shapero acrescenta a conduta volitiva, ligando a propensão a agir, como um elemento que explica tais fenômenos. Em relação as normas sociais, há o questionamento sobre o estereótipo empreendedor, as diferenças culturais e se influências sociais podem servir para mediar o impacto das intenções (Krueger et al.2000).

Analisando as diferenças de gênero com intenção empreendedora, Maes et al. (2014) examinaram que o efeito de gênero pode ser explicado pelos fatores de controle comportamental percebido e atitude pessoal, mas não pelas normas sociais. Para estimular as intenções empreendedoras femininas, o estudo corrobora com sugestões através do fortalecimento das crenças pessoais de capacidade feminina, mudança nos valores do empreendedorismo ligado ao equilíbrio familiar para um contexto de valor de conquista e a realização, bem como estudo de modelos de intenção empreendedora direcionados ao gênero feminino.

Há vertentes de pesquisas que consideram o efeito do gênero direto nas intenções empreendedoras (Zhao et al. 2005; Shinnar et al. 2012; Shneor e Jenssen 2014; Schlaegel e Koenig 2014) e outros estudos consideram moderado o efeito do gênero, como os estudos conduzidos por Shinnar et al. (2012) e Shirokova et al. (2016).

Uma explicação para tais inconsistências, pode ser que o gênero foi tratado como variável independente, cujo efeito sobre a intenção foi totalmente mediado por outras variáveis intervenientes, enquanto em outros estudos, o gênero foi tratado como uma variável moderadora (Shneor e Jenssen, 2014).

2.2 Características empreendedoras

Os estudos sobre características do empreendedor buscam reunir o conjunto de características individuais que elevam o potencial empreendedor e as ferramentas que

measurem esse perfil empresarial, esse estudo concentrará nas características atribuídas ao comportamento humano com investigações específicas ao aspecto de gênero.

Schmidt e Bohnenberger (2018), em investigações sobre uma escala para medir o perfil empreendedor, realizaram síntese na literatura para criar uma proposta holística e com as características desejáveis para sustentar novos negócios, utilizando 8 dimensões empreendedoras.

A partir de definições existentes na literatura, características atitudinais comuns ao perfil empreendedor e diferenças relacionadas aos aspectos do gênero serão utilizadas para a construção das hipóteses. Assim, as características em estudo incluem: auto eficácia, assumir riscos, inovação, liderança, persistência, planejamento, reconhecer oportunidades e sociabilidade, conforme Tabela 1.

Tabela 1.
Características empreendedoras

Características	Descrição	Base Conceitual
Autoeficácia	Capacidade em organizar e executar ações pretendidas	Rocha e Moraes (2020); Moraes et al. (2018); Markman e Baron (2003)
Assumir riscos	Capacidade da análise das possibilidades de resultados e dar andamento aos projetos	Moraes et. al. (2018); Schmidt e Bohnenberger (2009)
Inovação	Capacidade em criar ou melhorar produtos, serviços e métodos	Moraes et. al. (2018); Schmidt e Bohnenberger (2009)
Liderança	Capacidade em influenciar pessoas para alcançar metas	Moraes et a l. (2018); Rocha e Freitas (2014)
Persistência	Capacidade do trabalho intenso em projetos de retorno incerto	Krakauer et al. (2018)
Planejamento	Capacidade em organizar e estruturar ações para alcançar objetivos	Schmidt and Bohnenberger (2009).
Identificação de oportunidades	Capacidade em identificar, explorar e atuar nas oportunidades	Krakauer et al. (2018)
Sociabilidade	Grau do uso de relacionamento social para apoiar atividades profissionais	Moraes et al. (2021); Kraakauer et al. (2018)

Fonte: Adaptado de Moraes et al. (2018)

Apesar de alguns modelos de intenção empreendedora da literatura utilizarem apenas uma ou algumas das características para explicar a intenção empreendedora (Pittaway & Edwards, 2012; Moraes *et al.*, 2021), em uma comparação entre diferentes modelos, Rocha et al. (2022) comprovou que utilizar todas as características empreendedoras é mais apropriado, deixando o modelo mais robusto e mais sensível para análises multigrupo ou de moderação, como é o caso desta dissertação.

A literatura acadêmica no final da década de 1970, inicia o estudo de gênero no empreendedorismo, principalmente sobre as características empreendedoras do gênero feminino em países desenvolvidos. (Coda et al., 2021; Krakauer et al., 2018).

Alguns estudos sugerem que as semelhanças entre os gêneros são maiores do que as diferenças (Díaz-García e Jiménez-Moreno, 2010). De Vita et al. (2014) no estudo sobre as características do gênero feminino em países em desenvolvimento, identificou menores índices de criação de negócios, de inovação e resultados menos competitivos se comparado ao mercado. Por meio de achados empíricos, os autores destacam a influência da religião, treinamento em negócios e acesso as redes de apoios de negócios como principais influências da menor participação do gênero feminino no empreendedorismo. Shirokova et al. (2016), sugerem que o gênero masculino resulta mais a intenção empreendedora em ação empreendedora. Assim, enquanto ambos os gêneros parecem igualmente comprometidos com uma carreira empresarial, o gênero masculino parece mais engajados na criação de novas empresas.

Na busca pelo entendimento das diferenças, estudos apontam como fator principal o desenvolvimento do capital humano, decorrente principalmente de lacunas de treinamentos, devido ao acesso limitado de capital inicial nos empreendimentos (Brixiová et al. 2020; Boden e Nucci, 2000). Outras linhas de pesquisa sugerem que as diferenças podem estar relacionadas à construção social e cultural de gênero (Henry et al., 2016). Outras prováveis explicações, comparam resultados de empreendimentos ligados a menor controle interno, limitação das crenças pessoais de capacidade, meio ambiente e maiores barreiras de crédito e reconhecimento social (Verheul et al., 2012; Liñán e Fayolle, 2015; Shirokova et al., 2016; Tsai et al., 2016)

Neste contexto, a hipótese principal do estudo é apresentada:

Hipótese 1: Existem diferenças entre os gêneros na influência das características empreendedoras na intenção empreendedora.

2.2.1 Autoeficácia e diferenças de gênero

A autoeficácia empreendedora reúne a capacidade pessoal em investir em ações consistentes e influenciar resultados de empreendedores e intraempreendedores. Em linha com a teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991), pesquisadores buscam a relação entre a autoeficácia e as intenções empreendedoras, bem como as intenções e o comportamento empreendedor (Newman et al., 2019; Biraglia e Kadile, 2017; Baum et al., 2001; Utsch e Rauch, 2000; Krueger e Brazeal, 1994).

Através de pesquisa realizada com estudantes de graduação, Pelegrini e Moraes (2022), encontraram resultados do efeito positivo da autoeficácia na intenção empreendedora, contribuindo para a ação, escolhas, persistência e desempenho dos indivíduos. Em linha com pesquisa anteriores, a autoeficácia prediz as intenções empreendedoras, leva aos indivíduos a confiança para enfrentar os desafios de empreender e explorar ativamente as oportunidades da prática empreendedora, bem como buscam aprimorar suas competências. (Pihie e Bagheri, 2013; Qiao & Huang 2019).

A literatura sobre autoeficácia apresenta diferenças de gênero na escolha de carreiras, estudos apresentam níveis de autoeficácia mais baixos no gênero feminino se comparado ao masculino (Wilson et al., 2007). Estudos anteriores de Bandura et al. (2001), evidenciaram que o gênero feminino possuía níveis mais baixos de confiança para empreender e atuar em áreas ligadas à matemática, ciências e resolução de problemas, mesmo quando havia paridade acadêmica, além de sugerir propensão a limitar suas aspirações, por acreditarem em limitações em suas capacidades. A teoria cognitiva social, ressalta 4 princípios para a autoeficácia: a realização de desempenho, a experiência por meio da observação, a influência da comunicação verbal e a fisiologia. Em estudos sobre as dimensões da eficácia, a influência social (amigos e parentes) é uma variável com maior impacto que gênero, idade e escolaridade (Bandura, 1977; Chen et al., 1998).

Em estudos de autoeficácia, Shirokova et al. (2016), utilizando o gênero como moderador em países como EUA e Bélgica, o gênero masculino apresentara resultados maiores quando comparados com feminino, enquanto na China, o padrão oposto foi observado. Nessa linha oposta, os resultados de Nowiński et al. (2019) não apontaram diferenças significativas por gênero, enquanto em sua base conceitual, encontraram que o feminino se julga menos hábil, devido a crenças culturais e por essa razão necessitam de maior investimento educação e preparo para o empreendedorismo, em suas pesquisas com estudantes de negócios em 4 países europeus, os resultados não demonstraram impactos significativos da educação empreendedora na autoeficácia por gênero, embora a influência do planejamento se apresentou maior para o feminino, os demais resultados foram semelhantes. Em estudos recentes, Casile et al. (2021) pesquisaram sobre as diferenças da autoeficácia por meio da estratégia de jogo de simulação de negócios online, os resultados demonstraram que a atitude de aceitação e confiança do gênero feminino em suas habilidades foi menor antes mesmo do início do jogo e diante das aplicações numéricas, por outro lado, obtiveram melhor resultado na computação e em notas na sala de

aula. O masculino foi melhor na aplicação do conhecimento, principalmente em soluções incomuns ou fora do padrão.

Assim, a primeira sub-hipótese da pesquisa é apresentada:

Hipótese 1a: Existe diferença entre os gêneros na influência de autoeficácia na intenção empreendedora.

2.2.2 Assumir riscos e diferenças de gênero

Estudos anteriores apoiam a propensão ao risco como um preditor da intenção empreendedora, nas análises sobre as características do comportamento empreendedor, a prontidão em assumir responsabilidades em situações ambíguas, a capacidade em assumir riscos calculados com possíveis resultados de concretização, a tolerância em relação aos riscos e as atitudes positivas predizem as intenções empreendedoras. (Karabulut 2016; Gurel et al.2021; Salameh et al. 2022).

Diante de um projeto, a capacidade em avaliar os elementos que podem influenciar os resultados e a partir disso avançar é descrita na literatura como assumir riscos calculados. Nos estudos de Schmidt e Bohnenberger (2009) e Rocha e Freitas (2014), assumir riscos englobou a dimensão da característica do planejamento, uma vez que exige estudo e cálculos sobre os impactos na tomada de decisão e também está relacionado ao ambiente de trabalho no sentido em expor opiniões e influenciar pessoas. No ambiente universitário, Moraes et al. (2018) descreveu a tomada de risco como fator influente na intenção empreendedora, associando quanto maior a segurança em assumir os riscos e a correta análise dos resultados maior a predisposição e o interesse a empreender. Os empreendedores não estariam mais dispostos a correr risco, mas sim encaram tal situação de maneira positiva, por acreditarem em suas habilidades para resolver e enfrentar as dificuldades e riscos. Entendendo que o empreendedorismo envolve riscos e incertezas, através da educação empreendedora, preparar os empreendedores e utilizar das experiências reais, pode ajudar a fomentar a confiança e habilidades técnicas para sobrevivência e sucesso dos negócios (Bandera et al. 2018).

Em investigações sobre a tomada de decisão de riscos e a influência de gênero, Booth e Nolen (2012) partindo da literatura que o comportamento é desempenhado de acordo com a interação com outros indivíduos, descobriram que o gênero feminino é mais propenso a assumir risco, quando se encontram em ambientes formados exclusivamente pelo mesmo gênero. Os resultados sugerem que o gênero feminino pode se tornar desencorajado a arriscar devidos a

normas e crenças que orienta que o comportamento feminino é mais contido e não se arrisca, uma vez que o gênero feminino se sinta em um ambiente seguro essa inibição é reduzida, pois não se sente mais a pressão em assumir um papel imposto pelas normas sociais.

A literatura aborda que a tomada de decisão financeira do gênero feminino, tende a ser com menor propensão a assumir riscos, se comparada ao masculino e que essa medida protetiva é causada pelas menores oportunidades empreendedoras como privação de recursos em educação e acesso a investimentos financeiros (Shinnar et al., 2012; Gupta et al., 2014).

Nos estudos de Cardella et al. (2020) a diferença do gênero feminino em assumir riscos são apontadas pela dificuldade em obter apoio governamental, familiar e financeiro, soma-se a isso as percepções sociais do medo de falhar e das competências como barreiras que impulsionam a seguir em carreiras como funcionários, ao invés de empreender.

Em estudo empírico com alunos de graduação, os resultados de Reichert et al. (2021) indicaram que o gênero feminino prefere condições com riscos menores como funcionários a empreendimento social, enquanto o gênero masculino optara preferencialmente pelo empreendedorismo. À medida que os riscos aumentam, inicialmente as decisões parecem convergir, porém quando apresentado riscos extremos, o empreendimento social inicialmente escolhido pelo gênero feminino, passa a ser considerado exclusivamente pelo masculino principalmente quando há oportunidade de melhores ganhos futuros. Especialmente na América Latina influenciado por raízes católicas, com papel reservado aos cuidados familiares e servidão do lar, o estereótipo de ousadia, agressividade e alta rentabilidade nos lucros está associado ao gênero masculino, as descobertas sugerem que as normas sociais e os preconceitos de gênero têm alto poder influenciador em cenários de riscos extremos.

Assim, apresenta-se a segunda sub-hipótese da pesquisa:

Hipótese 1b: Existe diferença entre os gêneros na influência de assumir riscos na intenção empreendedora.

2.2.3 Inovação e diferenças de gênero

A literatura sobre criatividade reforça seu papel significativo no processo empreendedor, estudos anteriores encontraram ligação positiva entre a criatividade e a intenção empreendedora. O desenvolvimento de alternativas fora do convencional, a flexibilidade, a originalidade e a fluidez dos processos cognitivos são características relacionadas a criatividade

que quando autopercebidas pelos indivíduos, resultaram em maior intenção empreendedora, contribuindo assim para o processo de novos produtos e serviços. (Hu et al. 2016; Kusmintarti et al.2017; Ferreras-Garcia et al., 2020; Anjum et al. 2020; Iddris et al., 2022).

Segundo OCDE, Manual de Oslo (2018), a inovação é responsável por apresentar ao mercado novos produtos/serviços ou com mudanças potenciais; além da introdução de novos processos, cultura organizacional e marketing. Os estudos sobre inovação têm como referência Schumpeter (1934), com a teoria do desenvolvimento econômico, o empreendedorismo e a inovação são abordados como força motriz para o desenvolvimento social e econômico.

De acordo com Fagerberg et al. (2009), o interesse acadêmico pela inovação ganha forças a partir de 1960, com crescimento rápido na década de 1990. Nos diferentes contextos dos estudos de inovação destacam-se: Arrow (1962) como influência nos investimentos de P&D e inovação e Richard Nelson (1962) sobre os impactos econômico e tecnológico da inovação. Pela Universidade de Sussex, o trabalho de Freeman (1974) ganha destaque reunindo conhecimentos sobre inovação através do livro "A economia da inovação industrial". Rosenberg (1982) destaca a relação de sucesso econômico dos países e a relação da ciência e tecnologia. Pavit (1984) dinâmica entre tecnologia e os padrões dos setores com comportamento de diversificação. Cohen e Levinthal (1990) e Lundvall (1992) incluem nos estudos sobre inovação a aprendizagem.

Em estudos recentes, Piñeiro-Chousa et al. (2020) mapearam os estudos sobre inovação, empreendedorismo e negócios, os temas exploram características do empreendedorismo digital, inovações de blockchain, impactos econômicos, startups inovadoras, capital de risco e incubadoras de empresas, temas que correlacionam inovação a tecnologia e o desafio em integrar a gestão do conhecimento à formação acadêmica.

Crane (2021) reconhece a importância das ações e contribuições das universidades para a inovação através de pesquisas e desenvolvimento, entretanto através da teoria do transbordamento de conhecimento do empreendedorismo por Braunerhjelm et al. (2010), destaca a importância efetiva dos empreendedores para o crescimento econômico, quando comparado a pesquisas.

Quando analisado a diferença de gênero, GEM (2020) determina que o gênero feminino tem superado taxas iniciais de empreendimentos em 3 economias (Arábia Saudita, Qatar e Madagáscar), apesar de em outras economias indicar maior proporção do gênero masculino (Egito, Noruega, Macedônia, Japão e Paquistão).

Para compreender a influências da inovação no empreendedorismo, Nair (2021) relata que as diferenças de gênero tendem a não ser significativas. Os aspectos normalmente aplicados ao gênero masculino, como maior propensão ao risco na aplicação de recursos e ideias com resultados, não obtiveram resultados conclusivos. Como sugestão, para aumentar as vantagens competitivas e inovações nos empreendimentos do gênero feminino, o estudo destaca a capacidade de liderança feminina e sua aplicação no envolvimento stakeholders e a construção de uma cultura que apoia e incentiva tal ação.

Os empreendimentos inovadores se relacionam com tecnologia, a qual tem como principal motivador a auto realização e o crescimento pessoal, tais características são atribuídas ao gênero masculino, enquanto ao feminino relaciona-se características ligadas a sobrevivência. Em tecnologia, a participação do empreendedorismo feminino é menor, apontando maior atuação em segmentos já estabelecidos, sugerindo menor tendência feminina a inovação (Crane, 2021). A inovação social abordada por Suseno e Abbott (2021), permite a inclusão de moradores de pequenos vilarejos e cidades afastadas das metrópoles, como exemplo pequenas cidades na Índia e zonas rurais da China, aplicando o comércio eletrônico para a venda online. Nesse aspecto, a tecnologia é forte aliada ao gênero feminino, aplicada no empreendedorismo social e inovação social, reduzindo dessa forma as barreiras de gêneros.

Seigner e McKenny (2022) em estudos sobre inovação e investimentos colaborativos (crowdfunding), detectaram que o gênero feminino se beneficia nas campanhas para angariar recursos de investimento, quando se lançam em projetos de categorias dominadas tipicamente pelo masculino, conseguindo além de apoiadores para a equidade de gênero, atuarem também como exemplos na divulgação da diferença como uma vantagem e favorecimento da causa.

Assim, apresenta-se a terceira sub-hipótese da pesquisa:

H1c. Existe diferença entre os gêneros na influência de inovação na intenção empreendedora.

2.2.4 Liderança e diferenças de gênero

A liderança empreendedora é descrita por Gupta et al. (2004) como uma visão estratégica que engaja pessoas em uma jornada de descobertas e na criação de valor, a literatura sugere características da liderança empreendedora, tais como: comunicação efetiva da visão, inovação, governança corporativa e cultura que estimule a participação e a geração de ideias.

Renko et al. (2013), na intersecção entre liderança e empreendedorismo, definem liderança empreendedora como uma influência que direciona a equipe para as oportunidades de negócios. O líder empreendedor é aquele que estimula a inovação e a vantagem competitiva, direcionando a equipe para a visão de oportunidades futuras, ao invés de sistemas que tem como base o passado para recompensas e punições. Newman et al. (2018) examinando a liderança empreendedora e o comportamento inovador, concluíram forte relação na autoeficácia criativa do líder empreendedor, quando comparado a outras abordagens como a liderança transformadora e a liderança participativa, sugerindo que o comportamento empreendedor leva ao engajamento dos colaboradores.

Estudos tentam analisar e comprovar o impacto da liderança nas intenções empreendedoras e no sucesso dos empreendimentos, nos resultados empíricos de Park (2017), a correlação entre liderança e a intenção empreendedora foi aceita, em linha com estudos anteriores (Yoo, 2014 e Kang e Ha, 2015), reforçando o estímulo à educação empreendedora, políticas de apoio, bem como a mentoria de fundadores na prática experimental podem potencializar e inspirar as intenções empreendedoras.

Os estudos sobre a liderança empreendedora avançam, mas ainda há campo para conclusão dos resultados empíricos, na ordem da influência positiva, pesquisas apontam o líder empreendedor impactando o desempenho das startups, o reconhecimento de oportunidades pelos colaboradores de empresas de tecnologia e a criatividade individual e das equipes. Em outras linhas, pesquisas encontraram achados inconclusivos sobre a eficácia e tais moderadores (Li e Yi, 2021).

A conceituação das carreiras de liderança do gênero feminino é afetada pela integração e interdependência de três pilares das instituições, a saber, cultura cognitiva, normativa e regulatória (Scott, 2005). O pilar normativo baseia-se essencialmente nas relações profissionais, organizacionais e sociais. Algumas sociedades têm leis e normas que encorajam e promovem a liderança feminina, enquanto outras sociedades desencorajam tornando-as complicadas (embora não ilegais). Segundo Tlaiss (2015), a influência governamental, pode determinar diretrizes incentivando a liderança, no entanto as normas sociais e políticas organizacionais podem ser barreiras ao gênero feminino atingir altos cargos executivos.

Estudos empíricos, relatam que de fato as líderes femininas se descobriram quando tiveram oportunidade no meio acadêmico, através da educação se sentiram valorizadas, incentivadas a compartilhar seu ponto de vista e capacitadas a assumir a liderança (Cheong et al., 2019).

Quando avaliado o papel de gênero no empoderamento da liderança, as líderes femininas demonstraram maior eficácia que o gênero masculino, quando seguem estilos e características de liderança colaborativa, que expressa emoção, informalidade, decisão participativa (Cheong et al., 2019).

Assim, a quarta sub-hipótese da pesquisa é apresentada:

Hipótese 1d: Existe diferença entre os gêneros na influência de liderança na intenção empreendedora.

2.2.5 Identificação de oportunidade e diferenças de gênero

A oportunidade empreendedora é definida como a transformação de recursos em novos bens, serviços, métodos, matérias-primas e mercados, a qual os empreendedores constroem a partir da forma como processam e possuem as informações. Shane e Venkataraman (2000) descrevem que as diferentes formas em reconhecer oportunidades são determinadas de acordo com o repertório e o conhecimento prévio. Vaghely e Julien (2010), em estudos com empreendedores, identificaram forte dependência da interação social e dos relacionamentos. A combinação das informações que possuem para solucionar os desafios e do sentido criado acerca do mundo que os rodeiam, ou seja, a interação social gerou a identificação das oportunidades.

Nos estudos de Karimi et al. (2019), a identificação de oportunidade foi incorporada ao modelo TBP, como ponto de origem das intenções empreendedoras. A investigação buscou determinar se os alunos que têm maior identificação de oportunidade terão maiores intenções para iniciar um novo empreendimento, os achados suportaram essa hipótese demonstrando que a identificação de oportunidades influencia positivamente nas intenções empreendedoras.

O reconhecimento das oportunidades de negócios, tem sido um campo amplamente estudado pelo meio acadêmico, dada a importância para o empreendedor reconhecer o potencial futuro para perseguir os seus objetivos. Pesquisas anteriores, sugerem que os processos que moldam a avaliação para o reconhecimento de novas oportunidades, são diferentes por gênero. (Gonzalez e Solis, 2011)

Em estudos sobre diferenças de gênero, Gupta et al. (2014) em pesquisa com empreendedores dos EUA e estudantes da Turquia, convidaram os participantes à análise de negócios em escala Likert, sem influência estereotipada, por exemplo negócios tipicamente

femininos ou masculinos. Como conclusão dos estudos, o gênero masculino apresentou avaliação mais favorável se comparado ao feminino, o resultado em linha com referências anteriores, apontam que há uma diferença entre gêneros na avaliação de novas oportunidades no cotidiano.

Com o foco na região do Oriente Médio e Norte da África (MENA), Nasiri e Hamelin (2018) pesquisaram como o gênero, a educação e o desemprego influenciam a criação de negócios, os dados indicaram que devido a barreiras culturais, a falta de acesso a recursos financeiros, educação e treinamento empresarial, o gênero feminino reconhece oportunidades somente ligadas as atividades de trabalhos domésticos ou papéis sociais. As descobertas também relacionam o reconhecimento de oportunidades a experiências anteriores, especialmente experiências de gestão corroborando para o reconhecimento e exploração de novos negócios.

Em revisão sistemática da literatura, Cardella et al. (2020) encontraram dados sobre início da jornada do empreendedorismo, o gênero feminino apresentou medo maior em fracassar, falta de confiança em suas competências e baixa rede de contatos. Em contrapartida, demonstrou maior reconhecimento de oportunidades em empreendimentos sociais, pela união de propósitos pessoais e de negócios em servir e fomentar melhorias às comunidades, além de atender as aspirações de equilíbrio entre a carreira e família, mesmo que isso represente menor oportunidade financeira. Os estudos sugerem que as características necessárias ao perfil do empreendimento social, tais como colaboração e assistência mútua, estariam ligadas a forma feminina de trabalhar, prezando pelo relacionamento duradouro e a luta pela igualdade das oportunidades e conciliação das demandas familiares.

Buscando compreender os antecedentes que levam a capacidade do reconhecimento de oportunidades, Lin et al. (2021), através de pesquisas com estudantes universitários da Malásia que já haviam participado de treinamentos sobre empreendedorismo com o método PLS-SEM e amostra composta por maioria feminina (62,3%), o estudo concluiu que a educação empreendedora é o principal preditor da competência em reconhecer oportunidades. Quando avaliado a competência de reconhecimento de oportunidades e ideias, o estudo concluiu que não há diferença de gênero, alinhado com estudos anteriores de Muñoz et al. (2011) em que tal competência pode ser adquirida por meio do aprendizado, mesmo quando há diferenças de gênero.

Assim, apresenta-se a quinta sub-hipótese do estudo:

Hipótese 1e. Existe diferença entre os gêneros na influência de identificação de oportunidades na intenção empreendedora.

2.2.6 Persistência e diferenças de gênero

A persistência empreendedora envolve o engajamento contínuo da motivação empreendedora, mesmo que diante de forças opositoras ou alternativas mais atrativas, Patel e Thatcher (2014) descrevem que a escolha em empreender deve incluir a persistência em seus empreendimentos para alcançar resultados empresariais. Considerando essa percepção, Schmidt e Bohnenberger (2009) e Rocha e Freitas (2014) consideram a persistência como parte de um construto de auto atualização, no qual os indivíduos mantêm o processo contínuo do aprimoramento da experiência, permitindo se recuperar, desenvolver, mudar e crescer, mesmo diante das adversidades. Nos estudos de Asante et al. (2022), a persistência empreendedora é descrita como comportamento positivo ao rendimento empresarial e no aumento de sucesso ao empreender, porém ajustes ao longo da jornada e flexibilidade na mudança das metas pode viabilizar determinados negócios.

Nos estudos de Rocha e Moraes (2020), a persistência compôs o constructo das características empreendedoras para avaliar a influência nas intenções empreendedoras, os resultados confirmaram a influência de tais características na intenção de empreender, incluindo a persistência. Ao avaliar o perfil empreendedor feminino brasileiro, a persistência não se confirmou como característica motivadora crucial nos estudos de Krakauer et al. (2018) sobre empreendedorismo, o planejamento e o reconhecimento de oportunidades foram mais importantes nesse estudo.

Nos estudos de Asante et al. (2022), a análise da interação entre enriquecimento, autoeficácia e persistência empreendedora, o efeito da persistência foi significativo para o enriquecimento. Segundo Schmidt et al. (2022), o gênero feminino persiste em conciliar o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, Butticè et al. (2022) em pesquisas sugerem sobre a união de gênero, o qual quando o feminino se une a investidores do gênero masculino representantes de empresas de capital de risco (venture capital), os resultados mostraram que a diversidade está positivamente associada ao desempenho dos empreendimentos, com essa abordagem espera-se promover a união e o fortalecimento dos gêneros.

Assim, apresenta-se a sexta sub-hipótese da pesquisa:

H1f. Existe diferença entre os gêneros na influência de persistência na intenção empreendedora.

2.2.7 Planejamento e diferenças de gênero

O planejamento empresarial é descrito como a definição de um alvo, em realizar ações e se antecipar aos riscos, como aquele se prepara para o futuro (Schmidt e Bohnenberger 2009). É o processo pelo qual empreendedores enxergam uma oportunidade empreendedora e desenvolvem metas e recursos necessários para alcançá-la (Chen et al., 2009).

Considerando o planejamento como uma preparação para o futuro, na pesquisa de Rocha et al. 2022, foi avaliado a influência do apoio universitário percebido nas características empreendedoras e intenções empreendedoras de estudantes do Amazonas e de São Paulo, os estudantes avaliaram como o planejamento contribui para alcançar suas metas e os resultados demonstraram que as características empreendedoras, incluindo o planejamento, influenciaram positivamente a intenção dos estudantes na intenção de empreender.

Os estudos ressaltam o benefício do planejamento empresarial, principalmente em economias instáveis, na tomada de decisão, no controle das incertezas, nas subjetividades, em otimizar os recursos limitados e principalmente em limitar erros à sobrevivência dos negócios. Em contrapartida, outros estudos argumentam o comportamento planejado ligado a inflexibilidade e a perda de tempo que poderia ser aplicado a outras tarefas como vendas, pessoas e financeiro (Brinckmann et al. 2019; Brinckman et al. 2010)

Em estudo empírico, Ma et al. (2021) descobriram que empreendedores que já possuem experiência de negócios, adotam o planejamento como ferramenta útil para lidar com incertezas e riscos, além de adotar maior sofisticação em seus planos. Markowska et al. (2019) investigaram sobre estratégias preditivas, constataram que as decisões são influenciadas por características individuais, por processos cognitivos, incluindo heurísticas e vieses.

O planejamento em iniciar carreira no empreendedorismo, com base nos estudos de Markussen e Røed (2017), são fortemente influenciadas pelas atividades pré-existentes entre familiares, vizinhos e amigos da escola. Essas influências também são impactadas por gênero, sendo o masculino mais influenciados pelo masculino e o feminino pelo feminino. Com isso, o aumento de empreendedores do gênero feminino, possivelmente construirá uma referência para que outros decidam seguir no caminho do empreendedorismo.

As diferenças de gênero no planejamento de negócios são descritas por Cardella et al. (2020) e Ma et al. (2021) pela desigualdade das empreendedoras em obter investimentos financeiros, principalmente nas áreas de tecnologia de informação, em decorrência ao menor

investimento, o gênero feminino enfrenta riscos maiores da continuidade do negócio, levando a realizarem escolhas com menor ambição e menor tolerância ao risco. Testando os vieses cognitivos por gênero, constatou-se que o feminino com experiências empreendedoras anteriores, tem maior propensão a adotar comportamento de planejamento de negócios e a criarem planos de negócios.

Llados e Ruiz (2022) buscaram compreender como a capacitação do gênero feminino em habilidades financeiras e numéricas poderiam contribuir para a superação das diferenças de criação de novos negócios, dado que o feminino enfrenta dificuldade em obter investimentos financeiros, muitas vezes encontram como alternativa o uso de recursos pessoais. Com a alfabetização financeira os resultados sugerem que o feminino obteve reforço ao estímulo da autoeficácia e maior inclinação a assumir riscos.

Assim, a sétima sub-hipótese do estudo é apresentada:

Hipótese 1g: Existe diferença entre os gêneros na influência de planejamento na intenção empreendedora.

2.2.8 Sociabilidade e diferenças de gênero

O capital social refere-se as oportunidades que podem ser obtidas através da estrutura social, por meio da rede de contatos estratégicos organizacionais ou contatos de alto poder capital. O empreendedorismo implica no desafio constante da construção das relações humanas, com isso vários estudos atribuem o sucesso financeiro dos negócios relacionado a habilidade social do fundador (Markman e Baron, 2003). Schmidt e Bohnenberger (2009) em pesquisa sobre o perfil empreendedor descrevem a sociabilidade ligada a ideia em provocar mudanças e a estimular inovações, o desenvolvimento econômico, no entanto há campo para aprofundar se tal característica influencia no desenvolvimento e maturidade das empresas.

As relações sociais trazem oportunidades em reformular o cenário econômico de uma sociedade através do processo de empreendedorismo, bem como transformar positivamente os valores individuais e culturais (Sarasvathy e Venkataraman,2011). É de interesse social compreender, estimular e desenvolver o perfil empreendedor, além da criação de novos negócios há preocupação na perpetuação dos negócios, a partir das investigações de Rocha e Freitas (2014) confirmaram a sociabilidade como parte multidimensional do perfil empreendedor, aconselhando aprofundar investigações sobre as influências da educação empreendedora e do âmbito familiar.

Estudos de Campos et al. (2021) e Rocha et al. (2022), confirmam a influência positiva do ambiente universitário na construção das características que formam o comportamento do empreendedor e analisando a intenção empreendedora, pesquisas com questões sobre a sociabilidade, avaliando rede de contatos profissionais e pessoais, confirmaram a influência positiva que tais características exercem na intenção de empreender. Em contrário, os estudos de Rocha e Freitas (2014) e Moraes et al. (2018) mostraram que a sociabilidade não afeta significativamente o perfil empreender e elencam como parte do construto da liderança, uma vez que o desafio empreendedor envolve a capacidade de relacionamento com pessoas.

Pesquisas buscam compreender como o gênero masculino e feminino constroem suas redes de contatos profissionais, Burt (2019) em pesquisa realizada com empreendedores da China, encontrou que o gênero masculino está mais propenso a construir rede de relacionamento quando há maioria masculina, enquanto o feminino constrói redes mistas. O gênero feminino é mais requisitado em suas redes de contato para trabalhos administrativos, contábeis e tecnologia da produção, enquanto o masculino é mais procurado para a representação pública, na fundação e negociação de novos empreendimentos, destacando ao masculino maior sucesso empresarial.

Em estudo sobre as características empreendedoras por gênero, Laouiti et al. (2022) identificaram que a influência adversa da sociedade ao empreendedorismo pode desestimular estudantes femininas a intenção empreendedora e os educadores podem contribuir a orientar suas alunas na seleção de suas redes de contato e estimular redes de apoio. Por outro lado, o desenvolvimento do controle das emoções se demonstrou vital para a construção da carreira empreendedora tanto para o gênero masculino quanto para o feminino.

Assim, apresenta-se a oitava sub-hipótese da pesquisa:

Hipótese 1h: Existe diferença entre os gêneros na influência de sociabilidade na intenção empreendedora.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Como o objetivo da pesquisa diz respeito a um teste estatístico de modelo teórico, metodologicamente o estudo tem finalidade explicativa, abordagem empírica e metodologia quantitativa (Bryman e Bell, 2015).

A pesquisa utilizou análise multivariada de dados, com a técnica de Modelagem de Equações Estruturais por Mínimos Quadrados Parciais (MEE-MQP), considerando que os objetivos da pesquisa são explicar as diferenças entre gêneros nos relacionamentos de construtos (variáveis latentes) apresentados, ou seja, uma análise multigrupo (Hair et al., 2022). Os cálculos foram realizados com o auxílio do software SmartPLS 3.0 M3 (Ringle et al., 2015).

O presente capítulo apresenta os aspectos metodológicos da pesquisa e o modelo conceitual utilizado na pesquisa, com suas hipóteses, e os aspectos amostrais do estudo.

3.1 Modelo conceitual e hipóteses

De acordo com a revisão de literatura apresentada e com objetivo da pesquisa de analisar as diferenças nos relacionamentos entre as características empreendedoras e a intenção de empreender por gênero, um modelo conceitual foi elaborado e é apresentado na Figura 1. Para Whetten (1989), apresentar o modelo como uma figura auxilia no melhor entendimento da pesquisa.

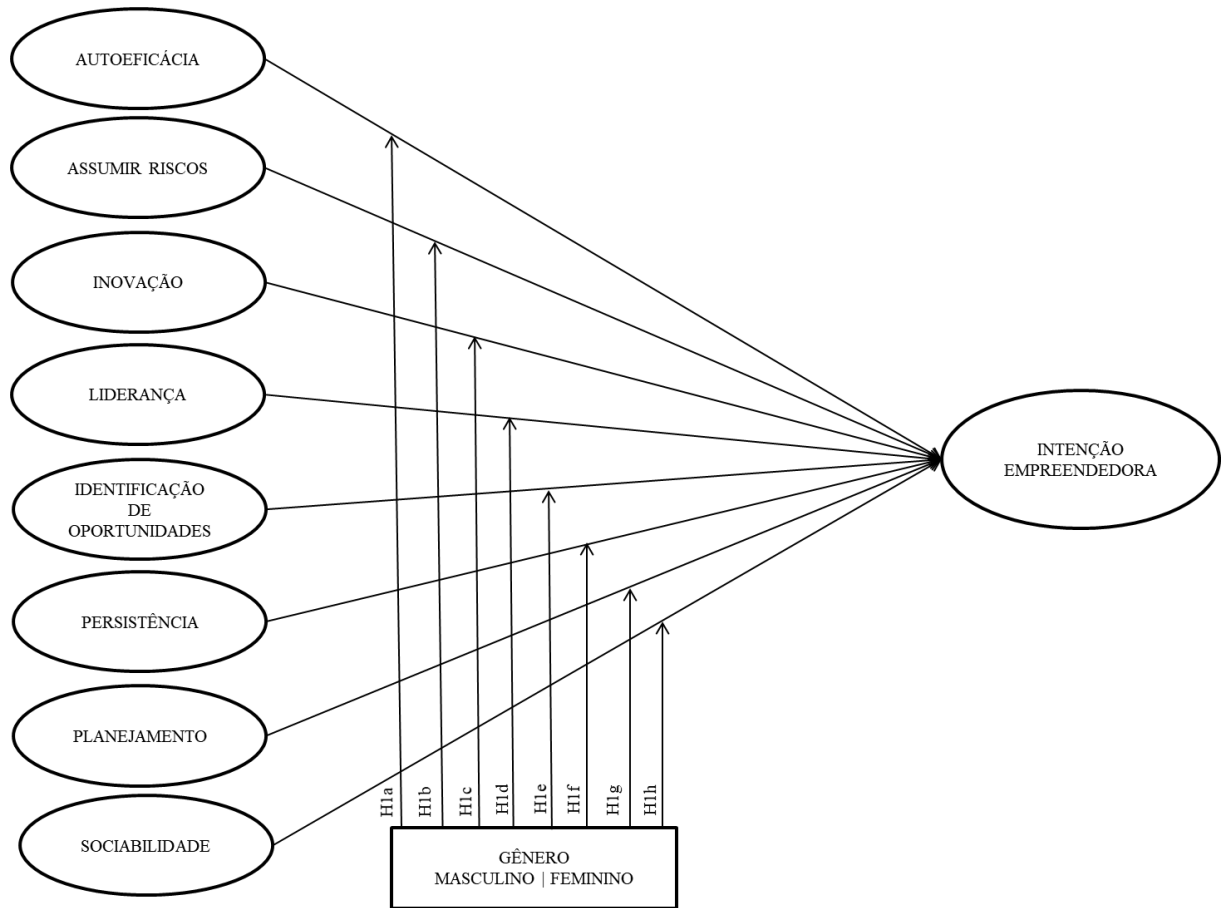


Figura 1. Modelo conceitual da pesquisa

O modelo conceitual é composto 9 construtos reflexivos (variáveis latentes), sendo uma a variável dependente (intenção empreendedora) e 8 variáveis independentes (autoeficácia, assumir riscos, inovação, liderança, identificação de oportunidades, persistência, planejamento e sociabilidade). Além disso, apresenta uma variável binária (gênero masculino e feminino) que analisa a diferenciação entre os relacionamentos (análise multigrupo).

Na sequência, a Tabela 2 apresenta as hipóteses do estudo.

Tabela 2.
Hipóteses do estudo

Hipótese	Descrição
H1	Existem diferenças entre os gêneros na influência das características empreendedoras na intenção empreendedora
H1a	Existe diferença entre os gêneros na influência de autoeficácia na intenção empreendedora
H1b	Existe diferença entre os gêneros na influência de assumir riscos na intenção empreendedora
H1c	Existe diferença entre os gêneros na influência de inovação na intenção empreendedora
H1d	Existe diferença entre os gêneros na influência de liderança na intenção empreendedora
H1e	Existe diferença entre os gêneros na influência de identificação de oportunidades na intenção empreendedora
H1f	Existe diferença entre os gêneros na influência de persistência na intenção empreendedora
H1g	Existe diferença entre os gêneros na influência de planejamento na intenção empreendedora
H1h	Existe diferença entre os gêneros na influência de sociabilidade na intenção empreendedora

O questionário da pesquisa utilizou como referência diversas pesquisas de empreendedorismo e gênero. A Tabela 3 apresenta as questões de pesquisa e sua respectiva referência acadêmica.

Tabela 3.
Instrumento de coleta de dados e base conceitual

Construto	Questão	Referência
Autoeficácia		
(AE1)	Eu posso trabalhar de forma produtiva mesmo sob estresse, pressão e conflito.	
(AE2)	Eu consigo originar novas ideias e produtos.	
(AE3)	Eu posso desenvolver e manter relações favoráveis com potenciais investidores.	
(AE4)	Eu consigo enxergar oportunidades de mercado para novos produtos e serviços.	De Noble, Jung, e Ehrlich (1999) e Newman et al. (2019)
(AE5)	Eu posso recrutar e treinar os principais funcionários da empresa.	
(AE6)	Eu consigo desenvolver um ambiente de trabalho que incentive as pessoas a experimentar algo novo.	
(AE7)	Eu tenho as habilidades necessárias para conduzir uma nova oportunidade de negócio.	
Assumir Riscos		
(AR1)	Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	Rocha e Freitas (2014), Schmidt e Bohnenberger (2009)
(AR2)	Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.	
(AR3)	Minhas decisões não são predominantemente baseadas na minha zona de conforto.	
(AR4)	Acredito que envolver-se em situações de maior risco ocasionará resultados mais impactantes.	Moraes et al. (2018)
Identificação de Oportunidades		
(IO1)	Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	Krakauer et al. (2018)
(IO2)	Acredito ter a habilidade de entender, reconhecer e fazer uso concreto de informações abstratas, implícitas e em constante modificação.	Markman e Baron (2003)
(IO3)	Julgo ser capaz de aproveitar toda e qualquer oportunidade para avaliar negócios.	Krakauer et al. (2018)
(IO4)	Acredito ter a capacidade de identificar e avaliar oportunidades de negócio.	
Inovação		
(IN1)	Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.	Rocha e Freitas, (2014) e Schmidt e Bohnenberger (2009)
(IN2)	Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	
(IN3)	Gosto de aprimorar a maneira convencional e correta das atividades, não seguindo estritamente etapas.	Schmidt e Bohnenberger (2009)
(IN4)	Aposto na criatividade no momento de elaborar projetos/atividades.	
Liderança		
(L1)	Frequentemente sou escolhido como líder em atividades escolares ou profissionais.	Rocha e Freitas, (2014) e Schmidt e Bohnenberger (2009)
(L2)	As pessoas respeitam minha opinião.	
(L3)	Posso convencer pessoas a superar conflitos e trabalhar em equipe objetivando alcançar determinado resultado.	
(L4)	Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas.	
(L5)	Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho ou estudo.	Schmidt e Bohnenberger (2009)

Fonte: Vasconcelos (2021)

3.2 Amostra

A pesquisa utilizou uma base de dados secundária, coletada na pesquisa de Vasconcelos (2021), avaliando o desenvolvimento das características do comportamento empreendedor e a intenção empreendedora em ambiente universitário de nível tecnológico. Na pesquisa de Vasconcelos (2021), foram coletados dados do ensino tecnológico e bacharelado. Para esta pesquisa, foram utilizadas apenas as respostas do ensino tecnológico, composto por unidades das Faculdades de Tecnologia (Fatec) localizadas nas cidades de Americana, Araras, Indaiatuba e Piracicaba.

A coleta de Vasconcelos (2021) foi concentrada em cursos voltados para a área de administração de empresas. Como as FATECs oferecem cursos em diversas áreas do conhecimento, a escolha de uma área em específica facilita a comparação dos resultados. Na literatura do tema, autores já concentraram estudos na área de administração de empresas (Aşkun e Yildirim, 2011; Maresch et al., 2016; Zhao et al., 2005). A

A justificativa para essa escolha é pelo fato do curso de administração estar entre os cursos com a maior quantidade de alunos no Brasil (Sieger et al., 2018). Além disso, os cursos da área de gestão e administração (incluindo os cursos de tecnólogos) somam mais de 1 milhão de alunos (INEP, 2022). Este número representa cerca de 13% do total de alunos matriculados em cursos de graduação no Brasil.

Outro motivo da escolha é pelo fato da pesquisa ser voltada ao empreendedorismo, um curso com forte ligação às atividades empreendedoras do ensino superior. A escolha dos referidos cursos contribui com a expansão da compreensão do empreendedorismo universitário numa nova perspectiva, incluindo a análise de diferenças de gênero em um contexto pouco explorado, que é o do ensino superior tecnológico. Assim, o autor Vasconcelos (2021) optou por coletar informações com alunos do curso superior em tecnologia em Gestão Empresarial nas unidades das FATECs.

O instrumento de coleta de dados foi aplicado presencialmente por meio de questionário impresso entre os meses de fevereiro e março de 2020. Cabe destacar que a coleta ocorreu antes da paralisação das aulas presenciais devido à pandemia de COVID-19. No total, foram obtidos 631 questionários respondidos, sendo que 27 foram considerados inadequados por terem muitos dados faltantes. Assim, a amostra final foi composta por 604 questionários validados para a amostra das Fatecs.

O tamanho da amostra foi avaliado com o software G*Power 3.1 (Faul et al., 2009), de acordo com as recomendações de Chin e Newsted (1999) e Hair et al. (2022). Considerando 8 preditores para o construto de intenção empreendedora e o nível de significância de 5%, a amostra mínima é de 109 respondentes. Como a amostra foi de 604 respondentes, pode ser considerada como adequada para a utilização da MEE-MQP.

No que diz respeito aos indicadores do instrumento de medidas, a pesquisa apresentou 41 itens que formaram os 9 construtos do modelo. Os construtos estudados foram mensurados por meio de escalas de 7 pontos (escala do tipo Likert), com o objetivo de analisar o grau de concordância com as afirmações, segundo uma variação de 1 (discordo totalmente) até 7 (concordo totalmente). A Tabela 4 mostra de forma detalhada as informações de média, mediana, desvio padrão, mínimo, máximo e quantidade de observações de cada pergunta do questionário.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos resultados está dividida em sete blocos: análise descritiva das respostas; avaliação de modelos de mensuração reflexivos; avaliação do modelo estrutural; e análise de diferenças entre os grupos (análise multigrupo).

4.1 Análise descritiva

Depois do tratamento dos dados, considerando a amostra final de 604 respondentes, uma análise inicial foi realizada nos dados demográficos disponíveis dos respondentes.

A idade média dos estudantes foi de 23,86 anos, com desvio padrão de 5,5 anos. A faixa etária predominantes dos respondentes contempla de 20 a 30 anos. O participante mais jovem tinha 18 anos e o mais velho 63 anos.

Em relação ao estado civil, 81% dos respondentes eram solteiros, 11,5% eram casados e 7,5% alguma outra opção não especificada. Em relação ao gênero, 51% eram feminino e 48,7% masculino e 2 participantes se identificaram como não binários.

Tabela 4.

Estatística descritiva dos itens da escala

Questões	Média	Mediana	Desvio Padrão	Máximo	Mínimo	Observações
(AE1)	4,28	5,00	1,00	7,00	1,79	604,00
(AE2)	5,44	6,00	1,00	7,00	1,19	604,00
(AE3)	5,50	6,00	1,00	7,00	1,15	604,00
(AE4)	5,26	5,00	1,00	7,00	1,20	604,00
(AE5)	4,96	5,00	1,00	7,00	1,51	604,00
(AE6)	5,52	6,00	1,00	7,00	1,13	604,00
(AE7)	5,08	5,00	1,00	7,00	1,39	604,00
(AR1)	4,31	5,00	1,00	7,00	1,75	604,00
(AR2)	4,96	5,00	1,00	7,00	1,38	604,00
(AR3)	4,87	5,00	1,00	7,00	1,38	604,00
(AR4)	4,97	5,00	1,00	7,00	1,41	604,00
(IO1)	4,64	5,00	1,00	7,00	1,33	604,00
(IO2)	5,08	5,00	1,00	7,00	1,19	604,00
(IO3)	4,65	5,00	1,00	7,00	1,42	604,00
(IO4)	4,83	5,00	1,00	7,00	1,44	604,00
(IN1)	5,50	6,00	1,00	7,00	1,45	604,00
(IN2)	4,98	5,00	1,00	7,00	1,35	604,00
(IN3)	4,75	5,00	1,00	7,00	1,52	604,00
(IN4)	5,41	6,00	1,00	7,00	1,24	604,00
(L1)	4,79	5,00	1,00	7,00	1,55	604,00
(L2)	5,37	5,00	1,00	7,00	1,05	604,00
(L3)	5,41	6,00	1,00	7,00	1,20	604,00
(L4)	5,25	5,00	1,00	7,00	1,22	604,00
(L5)	5,24	5,00	1,00	7,00	1,30	604,00
(PE1)	5,18	5,00	1,00	7,00	1,29	604,00
(PE2)	4,79	5,00	1,00	7,00	1,55	604,00
(PE3)	5,33	5,00	1,00	7,00	1,22	604,00
(PE4)	4,93	5,00	1,00	7,00	1,55	604,00
(PL1)	5,20	5,00	1,00	7,00	1,34	604,00
(PL2)	5,08	5,00	1,00	7,00	1,31	604,00
(PL3)	5,26	5,00	1,00	7,00	1,38	604,00
(PL4)	5,49	6,00	1,00	7,00	1,29	604,00
(SO1)	5,50	6,00	1,00	7,00	1,44	604,00
(SO2)	5,18	5,00	1,00	7,00	1,51	604,00
(SO3)	5,45	6,00	1,00	7,00	1,57	604,00
(SO4)	5,22	5,00	1,00	7,00	1,43	604,00
(IE1)	4,53	5,00	1,00	7,00	1,84	604,00
(IE2)	4,69	5,00	1,00	7,00	1,82	604,00
(IE3)	4,59	5,00	1,00	7,00	1,96	604,00
(IE4)	4,21	4,00	1,00	7,00	2,03	604,00
(IE5)	4,27	4,00	1,00	7,00	2,15	604,00

Nota: AE: Autoeficácia; AR: Assumir Riscos; IO: Identificação de Oportunidades; IN: Inovação; LI: Liderança; PE: Persistência; PL: Planejamento; SO: Socialização; IE: Intenção Empreendedora.

4.2 Avaliação do modelo de mensuração

Na sequência, foi realizada a avaliação do modelo de mensuração, que conta com 9 construtos reflexivos (autoeficácia, assumir riscos, inovação, liderança, identificação de oportunidades, persistência, planejamento, sociabilidade e intenção empreendedora). Os critérios para avaliação de construtos reflexivos, segundo Hair et al. (2022) são: a consistência interna dos indicadores do modelo; a confiabilidade do indicador; e as validades convergente e discriminante.

Assim, inicialmente foram verificadas as cargas fatoriais cruzadas dos indicadores dos construtos. Nessa análise, as cargas entre os indicadores do mesmo construto devem ser superiores a 0,7, e isso é um indicador de análise convergente. Também são considerados válidos valores entre 0,4 e 0,7, porém, é necessário avaliar também se esses indicadores são importantes para os indicadores de variância média extraída e confiabilidade composta (Hair et al., 2022). Nesta etapa, alguns indicadores dos construtos tiveram que ser excluídos (AE1, AR3, IN3 e PE2). A Tabela 5 apresenta as cargas fatoriais dos indicadores dos construtos do modelo conceitual. Pela análise, também é possível perceber que todos os indicadores apresentam valores maiores no próprio construto (números em negrito) do que nos outros construtos, o que permite a verificação da análise discriminante.

Tabela 5.
Cargas Fatoriais Cruzadas

Construtos	AE	AR	IO	IN	LI	PE	PL	SO	IE
AE2	0,691	0,256	0,446	0,414	0,348	0,424	0,241	0,306	0,352
AE3	0,708	0,186	0,411	0,188	0,284	0,296	0,195	0,296	0,301
AE4	0,817	0,247	0,611	0,319	0,348	0,427	0,276	0,393	0,467
AE5	0,634	0,126	0,321	0,137	0,321	0,265	0,196	0,163	0,353
AE6	0,690	0,149	0,377	0,290	0,401	0,372	0,257	0,221	0,265
AE7	0,763	0,309	0,560	0,288	0,302	0,464	0,284	0,189	0,464
AR1	0,258	0,727	0,338	0,285	0,169	0,247	0,154	0,197	0,279
AR2	0,203	0,763	0,339	0,330	0,273	0,324	0,287	0,247	0,280
AR4	0,220	0,735	0,322	0,229	0,270	0,301	0,268	0,278	0,310
IO1	0,603	0,374	0,828	0,353	0,399	0,497	0,391	0,397	0,538
IO2	0,386	0,281	0,606	0,283	0,394	0,377	0,330	0,304	0,300
IO3	0,481	0,400	0,836	0,309	0,373	0,497	0,382	0,332	0,596
IO4	0,567	0,353	0,860	0,351	0,416	0,568	0,392	0,345	0,561
IN1	0,157	0,264	0,171	0,704	0,186	0,272	0,131	0,181	0,202
IN2	0,263	0,291	0,253	0,741	0,266	0,371	0,329	0,183	0,226
IN4	0,370	0,255	0,418	0,701	0,301	0,386	0,253	0,213	0,263
LI1	0,251	0,145	0,262	0,230	0,678	0,288	0,322	0,238	0,200
LI2	0,297	0,213	0,312	0,160	0,654	0,282	0,331	0,359	0,193
LI3	0,393	0,272	0,434	0,298	0,775	0,400	0,426	0,405	0,281
LI4	0,409	0,245	0,414	0,339	0,758	0,503	0,433	0,404	0,277
LI5	0,239	0,259	0,288	0,211	0,695	0,369	0,395	0,394	0,208
PE1	0,341	0,281	0,420	0,292	0,416	0,651	0,448	0,328	0,306
PE3	0,486	0,327	0,569	0,411	0,401	0,836	0,417	0,308	0,450
PE4	0,343	0,273	0,385	0,378	0,384	0,746	0,348	0,268	0,370
PL1	0,237	0,057	0,289	0,222	0,310	0,329	0,661	0,160	0,138
PL2	0,213	0,208	0,320	0,199	0,371	0,349	0,716	0,269	0,137
PL3	0,303	0,258	0,390	0,217	0,406	0,416	0,764	0,282	0,226
PL4	0,225	0,338	0,356	0,327	0,457	0,431	0,766	0,338	0,230
SO1	0,247	0,274	0,338	0,151	0,331	0,284	0,293	0,786	0,276
SO2	0,274	0,201	0,300	0,128	0,310	0,210	0,181	0,629	0,229
SO3	0,218	0,109	0,194	0,232	0,452	0,288	0,242	0,681	0,228
SO4	0,310	0,331	0,394	0,267	0,383	0,351	0,340	0,769	0,280
IE1	0,478	0,350	0,592	0,281	0,357	0,451	0,263	0,371	0,834
IE2	0,448	0,332	0,598	0,265	0,317	0,463	0,315	0,368	0,854
IE3	0,467	0,329	0,520	0,267	0,221	0,365	0,155	0,258	0,869
IE4	0,437	0,327	0,541	0,300	0,229	0,438	0,177	0,246	0,891
IE5	0,458	0,360	0,576	0,300	0,304	0,483	0,227	0,286	0,893

Nota: AE: Autoeficácia; AR: Assumir Riscos; IO: Identificação de Oportunidades; IN: Inovação; LI: Liderança; PE: Persistência; PL: Planejamento; SO: Socialização; IE: Intenção Empreendedora.

Para a validade convergente, outros critérios muito utilizados são a variância média extraída (AVE). O valor de AVE deve ser superior a 0,50 (Hair et al.2011). De acordo com a Tabela 6 os valores de AVE dos construtos estão dentro dos critérios estabelecidos.

Tabela 6.

Variância Média Extraída (AVE)

Identificação de oportunidade:	0,623
Inovação	0,512
Liderança	0,509
Persistência	0,560
Planejamento	0,530
Sociabilidade	0,517
Intenção empreendedora	0,754

Para a consistência interna, 2 indicadores são usualmente utilizados, sendo eles o alfa de Cronbach e a confiabilidade composta. Para o alfa de Cronbach, normalmente valores acima de 0,60 são aceitáveis em estudos exploratórios (Nunnally & Berstein, 1994; Hair et al., 2022). Para a confiabilidade composta, os valores devem ser superiores a 0,70 (Hair et al., 2022).

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 7, os indicadores de confiabilidade composta estão todos acima de 0,70, estando dentro do estabelecido. Nos resultados do alfa de Cronbach, os indicadores de assumir riscos e inovação são os únicos que estão abaixo de 0,60. Porém, de acordo com Hair et al. (2022), o alfa de Cronbach é sensível ao número de itens da escala, sendo mais adequado realizar a avaliação de confiabilidade composta, onde os indicadores apresentaram valores adequados.

Tabela 7.

Alfa de Cronbach e Confiabilidade Composta

Construtos	Alfa de Cronbach	Confiabilidade Composta
Autoeficácia	0,814	0,865
Assumir riscos	0,592	0,786
Identificação de oportunidades	0,797	0,867
Inovação	0,529	0,759
Liderança	0,762	0,838
Persistência	0,606	0,791
Planejamento	0,714	0,818
Sociabilidade	0,686	0,810
Intenção empreendedora	0,918	0,939

Para analisar a validade discriminante, outro indicador utilizado é o valor da raiz quadrada da AVE. Na Tabela 8, esse indicador é apresentado na diagonal, em negrito. Os valores da raiz

quadrada de AVE, devem ser maiores que a correlação entre as variáveis latentes (Fornell & Larcker, 1981). Nesse caso, todos os valores estão dentro do esperado.

Tabela 8.

Validade discriminante – raiz quadrada de AVE

Construtos	AE	AR	IO	IN	LI	PE	PL	SO	IE
Autoeficácia	0,720								
Assumir riscos	0,306	0,742							
Identificação de oportunidades	0,650	0,449	0,789						
Inovação	0,382	0,377	0,408	0,716					
Liderança	0,457	0,322	0,490	0,358	0,714				
Persistência	0,528	0,392	0,619	0,486	0,528	0,748			
Planejamento	0,339	0,321	0,471	0,339	0,540	0,532	0,728		
Sociabilidade	0,366	0,327	0,433	0,271	0,509	0,397	0,372	0,719	
Intenção empreendedora	0,527	0,392	0,653	0,326	0,331	0,509	0,264	0,354	0,868

4.3 Avaliação do modelo estrutural

Para a avaliação do modelo estrutural, o primeiro passo foi verificar a colinearidade do modelo estrutural. Assim, foram avaliados os valores do fator de inflação de variância (FIV) para cada subseção do modelo estrutural. Nenhum valor foi igual ou superior a 5, estando todos dentro do estabelecidos por Hair et al. (2022).

Na sequência, a técnica de bootstrapping foi utilizada na análise da significância dos relacionamentos (Efron & Tibshirani, 1998). A técnica apresenta os resultados do teste t de Student, que analisa os relacionamentos do modelo. Se os resultados desse teste indicarem valores superiores a 1,96, a hipótese nula não é aceita, e o relacionamento é significativo (Efron & Tibshirani, 1998; Hair et al., 2022). A Tabela 9 apresenta os valores dos coeficientes entre os construtos e seus respectivos testes t de Student.

Tabela 9.

Coefficientes do modelo estrutural

Relacionamento	Média	Desvio Padrão	Estatística T	P-valor
Autoeficácia -> Intenção empreendedora	0,150	0,040	3,681	0,000
Assumir riscos -> Intenção empreendedora	0,110	0,036	3,044	0,002
Inovação -> Intenção empreendedora	0,003	0,040	0,040	0,968
Liderança -> Intenção empreendedora	-0,056	0,041	1,385	0,166
Identificação de oportunidades -> Intenção empreendedora	0,453	0,043	10,526	0,000
Persistência -> Intenção empreendedora	0,170	0,043	4,022	0,000
Planejamento -> Intenção empreendedora	-0,120	0,038	3,288	0,001
Sociabilidade -> Intenção empreendedora	0,073	0,037	1,976	0,048

Para essa pesquisa, os relacionamentos entre os construtos e a variável dependente não formam as hipóteses da pesquisa (que são referentes as diferenças entre os gêneros nos relacionamentos). Porém, é importante apresentá-los, pois eles formam a base para os testes de diferenças de gênero. É necessário também para confrontar posteriormente no tópico de Discussão esses resultados com a literatura do tema.

A Tabela 9 apresenta resultados que indicam que apenas os relacionamentos entre inovação e liderança com intenção empreendedora não foram confirmados. Todos os outros relacionamentos são significativos.

Seguindo com as análises, o coeficiente de determinação (R^2) foi analisado. Para Cohen (1988), o valor de R^2 iguais a 2%, 13% e 25% podem ser considerados, respectivamente, como pequenos, médios e grandes. De acordo com as análises, o modelo completo apresentou um R^2 de 48% para o construto intenção empreendedora, considerado alto. Os valores de Q^2 (indicador da relevância preditiva) também foram avaliados. Para isso, foi utilizado o procedimento blindfolding (omissão de distância). Para Hair et al. (2022), valores superiores a zero indicam a relevância preditiva do modelo de caminho. No caso da presente dissertação, os valores estão dentro do estabelecido (Tabela 10).

Tabela 10.

Coeficientes de determinação – R^2 e R^2 Ajustado

Construto	R^2	R^2 ajustado	Q^2
Intenção empreendedora	0,480	0,473	0,356

A Figura 2 apresenta o modelo estrutural validado, com as cargas fatoriais dos relacionamentos e o R^2 de intenção empreendedora.

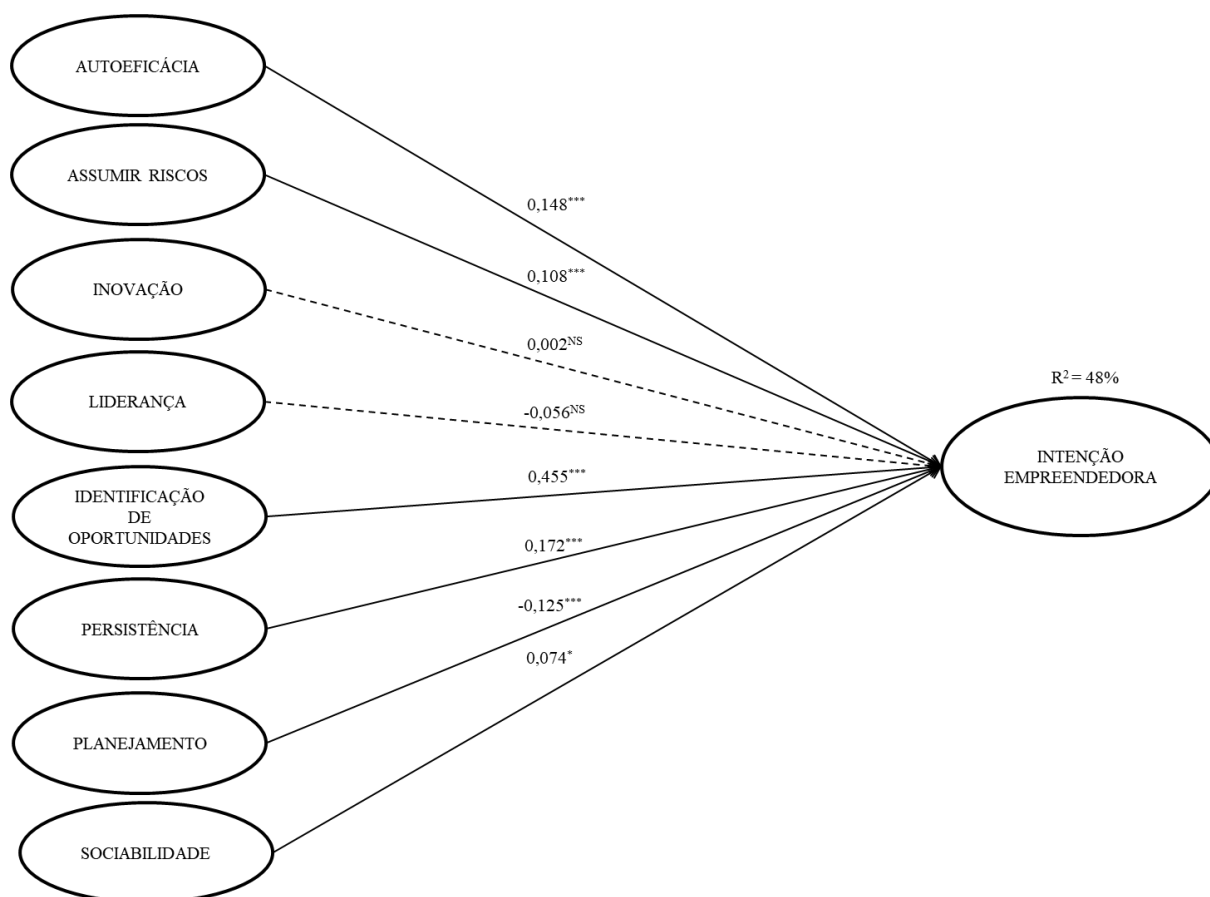


Figura 2. Modelo estrutural validado

4.4 Análise multigrupo

Para testar as Hipóteses do estudo, que dizem respeito às diferenças entre os relacionamentos nos diferentes gêneros, foi realizada uma análise multigrupo (Hair et al., 2018).

A Tabela 11 apresenta os resultados da análise dos relacionamentos significantes dos construtos entre grupos de respondentes masculinos e femininos.

Tabela 11.

Análise de relacionamentos do modelo de pesquisa por diferenciação de gênero

Relacionamento	Diferença grupos (Feminino vs Masculino)	P-valor
Autoeficácia -> Intenção empreendedora	0,291	0,000
Assumir riscos -> Intenção empreendedora	-0,034	0,635
Inovação -> Intenção empreendedora	-0,074	0,358
Liderança -> Intenção empreendedora	-0,034	0,663
Identificação de oportunidades -> Intenção empreendedora	-0,106	0,244
Persistência -> Intenção empreendedora	0,231	0,009
Planejamento -> Intenção empreendedora	0,001	0,972
Sociabilidade -> Intenção empreendedora	-0,194	0,015

Pelos resultados da Tabela 11 observa-se que existe uma diferença significativa dos relacionamentos entre os construtos em questão de gênero em 3 relacionamentos. No relacionamento entre autoeficácia e intenção empreendedora, o efeito é positivamente mais intenso para o gênero feminino. Da mesma forma que no relacionamento entre persistência e intenção empreendedora. Já na influência de sociabilidade em intenção empreendedora, o gênero masculino é mais intenso positivamente.

Para evidenciar as diferenças, as Figuras 3 e 4 apresentam, respectivamente, os modelos resultantes para o gênero feminino e masculino.

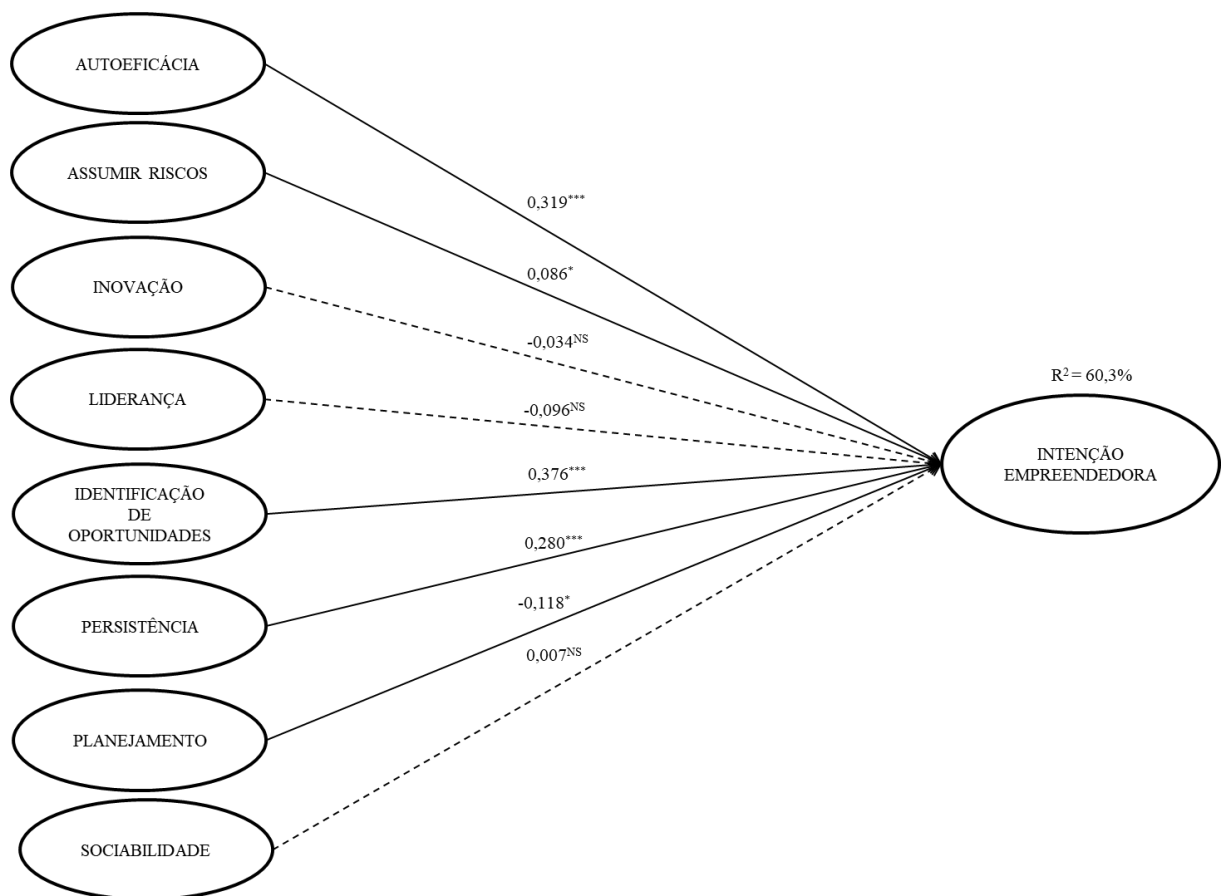


Figura 3. Modelo resultante – gênero feminino

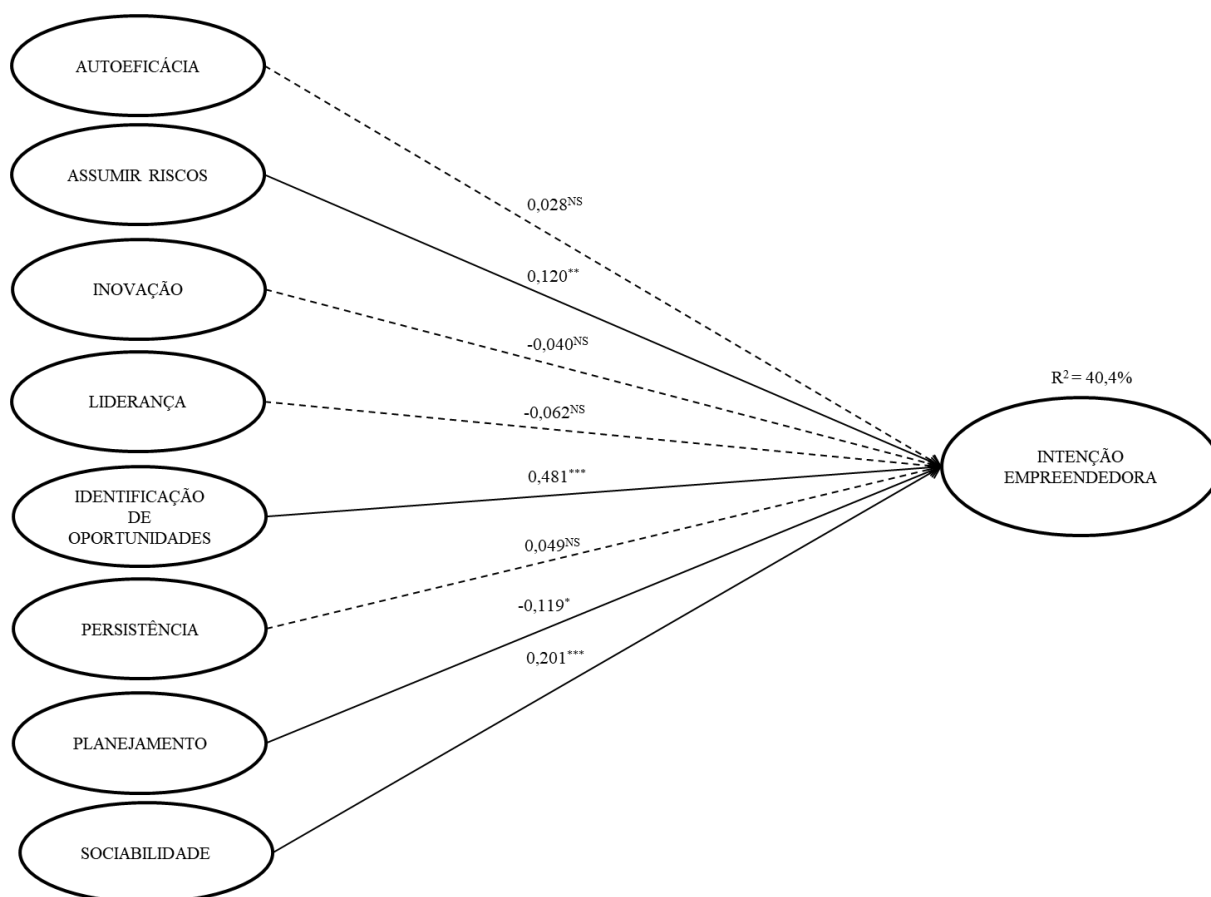


Figura 4. Modelo resultante – gênero masculino

Com base nos resultados das diferenças apresentadas na Tabela 11, a síntese da validação das hipóteses da pesquisa é apresentada na Tabela 12.

Tabela 12. Validação das hipóteses da pesquisa

Hipótese	Descrição	Resultado
H1	Existem diferenças entre os gêneros na influência das características empreendedoras na intenção empreendedora	Parcialmente confirmada
H1a	Existe diferença entre os gêneros na influência de autoeficácia na intenção empreendedora	Confirmada
H1b	Existe diferença entre os gêneros na influência de assumir riscos na intenção empreendedora	Não confirmada
H1c	Existe diferença entre os gêneros na influência de inovação na intenção empreendedora	Não confirmada
H1d	Existe diferença entre os gêneros na influência de liderança na intenção empreendedora	Não confirmada
H1e	Existe diferença entre os gêneros na influência de identificação de oportunidades na intenção empreendedora	Não confirmada
H1f	Existe diferença entre os gêneros na influência de persistência na intenção empreendedora	Confirmada
H1g	Existe diferença entre os gêneros na influência de planejamento na intenção empreendedora	Não confirmada
H1h	Existe diferença entre os gêneros na influência de sociabilidade na intenção empreendedora	Confirmada

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presente dissertação teve como objetivo principal investigar as diferenças na influência das características empreendedoras na intenção de empreender de acordo com o gênero. Assim como o empreendedorismo promove o desenvolvimento econômico e social, a igualdade de gêneros na criação de negócios pode potencializar resultados econômicos, além de soluções e melhoria da qualidade de vida da sociedade (Brixiová, 2020; GEM, 2018; 2021).

Os resultados da pesquisa apontam evidências empíricas nas diferenças entre os gêneros no comportamento empreendedor, em um contexto pouco explorado, que é o ensino superior tecnológico. A pesquisa confirmou diferença significativa em três dos relacionamentos testados, corroborando com estudos anteriores que confirmaram que os gêneros têm comportamentos empreendedores distintos, especialmente considerando os antecedentes da intenção de empreender (García e Moreno, 2010; Pelegrini e Moraes, 2022; Maes et al., 2014; Yukongdi e Lopa, 2017).

Na influência da autoeficácia na intenção empreendedora, os resultados apontaram uma diferença significativa entre gêneros. A influência é positiva e significativa na amostra do gênero feminino (Figura 3). Isso significa que para o gênero feminino, quanto maior a autoeficácia, quanto mais ela se sente capaz, maior será a sua intenção de empreender. Em linha com estudos anteriores (Bandura et al., 2001; Casile et al., 2021; Wilson et al., 2007), a autoeficácia apresentou diferença entre os gêneros na autoeficácia, no gênero masculino houve validação que os níveis foram maiores na autoeficácia. Porém, o resultado é consistente com outro no contexto do Brasil, que demonstrou que a influência da autoeficácia na intenção empreendedora é mais intensa no gênero feminino (Pelegrini e Moraes, 2022). Esse resultado contribui para o debate da importância da autoeficácia para o desenvolvimento feminino (Pihie e Bagheri, 2013).

No relacionamento de assumir riscos com intenção empreendedora, os resultados não apresentaram diferenças significativas entre os gêneros. A influência é positiva e significativa nos dois casos, sendo levemente superior no gênero masculino. A literatura aponta para uma menor propensão a assumir riscos por parte do gênero feminino, seja por menores oportunidades empreendedoras (Shinnar et al., 2012; Gupta et al., 2014), ou pela dificuldade de obter apoio governamental, familiar e financeiro (Cardella et al., 2020). Apesar dos resultados desta pesquisa apontarem para uma menor propensão ao risco pelo gênero feminino, essa diferença não foi significativa, o que, de certa forma, contradiz os estudos anteriores.

Os construtos de inovação e de liderança apresentaram resultados inesperados no que diz respeito à influência na intenção empreendedora. Tanto no gênero feminino (Figura 3) quanto no gênero masculino (Figura 4), os relacionamentos não foram significantes. Em relação à inovação, os resultados são diferentes dos encontrados em outras pesquisas, que não só confirmaram a importância da competência em inovação para uma maior intenção de empreender, como comprovaram que o gênero masculino tem uma maior competência em inovação (Ferrerias-Garcia et al., 2020; Gurel et al., 2021; Iddris et al., 2022). Já em relação à liderança, diversos estudos já comprovaram a importância da liderança na intenção empreendedora (Campos et al., 2021; Moraes et al., 2018; Vodã e Florea, 2019), inclusive estudos relacionados diretamente ao gênero feminino (Adams, 2016; Cheong et al., 2019; Krakauer et al., 2018).

No relacionamento de identificação de oportunidades com intenção empreendedora, os resultados não apresentaram diferenças significativas entre os gêneros. A influência é positiva e significativa nos dois casos, se apresentando superior no gênero masculino. O referencial sobre o tema aponta que no geral, a capacidade do gênero masculino na identificação de oportunidades é maior (Gupta et al., 2014; Nasiri e Hamelin, 2018), com exceção para a identificação de oportunidades em empreendimentos sociais, onde a capacidade do gênero feminino se apresenta mais intensa (Cardella et al., 2020). Assim, apesar desta pesquisa apontar para uma influência maior da identificação de oportunidades do gênero masculino, a diferença não é significativa, o que de certa forma contradiz pesquisas anteriores.

Na influência da persistência na intenção empreendedora, os resultados apontaram uma diferença significativa entre gêneros. A influência é positiva e significativa na amostra do gênero feminino (Figura 3), e não significativa no gênero masculino (Figura 4). Isso significa que para o gênero feminino, quanto maior ela se avalia como persistente, maior será a sua intenção de empreender. O resultado está alinhado com pesquisas anteriores que apontam que o gênero feminino enfrenta desigualdade em obter investimentos, principalmente pelos riscos e resultados de menor longevidade dos negócios, bem como a desigualdade na dedicação das tarefas familiar, para isso a união persistência e o engajamento da motivação empreendedora feminina em prol de sua família e a abordagem de investimento em prol da diversidade e o serviço social, tem demonstrado resultados positivos promovendo a união e fortalecimento dos gêneros (Cardella et al. 2020; Ma et al.2021; Butticè et al.2022; Schmidt et al.2022).

A variável latente de planejamento apresentou uma influência negativa e significativa na intenção de empreender em ambos os gêneros. Apesar da literatura apontar para uma

influência positiva do planejamento na intenção empreendedora (Campos et al., 2021; Rocha et al., 2022), inclusive no gênero feminino (Krakauer et al., 2018), o planejamento é fortemente influenciado por atividades empreendedoras pré-existentes (Llados e Ruiz, 2022; Markussen e Røed, 2017), o que não é o caso do presente estudo, no qual em sua maioria, os estudantes não tinham experiência empreendedora.

Em relação à influência de sociabilidade na intenção empreendedora, os resultados apontaram para uma diferença significativa entre os gêneros. A influência é positiva e significativa no gênero masculino e não significativa no gênero feminino. As pesquisas que envolvem a influência de sociabilidade apresentam resultados distintos e inconclusivos mesmo. Enquanto nas pesquisas de Moraes et al. (2018) e Rocha e Freitas (2014) a sociabilidade não apresentou influencia no comportamento empreendedor, para Campos et al. (2021) e Rocha et al. (2022), esses resultados foram significativos. Assim como para Krakauer et al. (2018), em uma análise no gênero feminino. A construção da rede de relacionamentos profissionais dos gêneros é distinta, sendo que o gênero masculino está mais propenso a construir rede de relacionamento quando há maioria masculina, e o gênero feminino construiu redes mistas. O ambiente universitário, através de seus educadores, pode contribuir e orientar o gênero feminino no desenvolvimento de suas redes de contato e estimular redes de apoio (Burt 2019; Laouiti et al.2022)

Em uma análise dos resultados dos modelos por gênero, algumas diferenças são evidenciadas. No modelo resultante do gênero feminino (Figura 3), o fator explicativo é mais alto ($R^2 = 60,3\%$). Os principais influenciadores são, por ordem de relevância: identificação de oportunidades (carga fatorial de 0,376), autoeficácia (carga fatorial de 0,319), persistência (carga fatorial de 0,280), assumir riscos (carga fatorial de 0,086) e planejamento (carga fatorial de -0,118).

Já no modelo resultado do gênero masculino (Figura 4), o fator explicativo foi considerado alto ($R^2 = 40,4\%$), mas inferior ao feminino. Os principais influenciadores são, por ordem de relevância: identificação de oportunidade (carga fatorial de 0,481), sociabilidade (carga fatorial de 0,201), assumir riscos (carga fatorial de 0,120) e planejamento (carga fatorial de -0,119).

O estudo contribui para a literatura de empreendedorismo feminino na perspectiva de um país latino-americano em desenvolvimento, oferecendo insights valiosos sobre o comportamento empreendedor dos estudantes. Como base nos resultados obtidos, algumas contribuições da pesquisa podem ser destacadas. *Primeira*, a pesquisa comprovou que existem

diferenças entre o comportamento empreendedor entre os gêneros no ensino superior tecnológico, e que a influência das características empreendedoras na intenção de empreender é bem maior no caso do gênero feminino (R^2 de 60,3% no modelo do gênero feminino frente a um R^2 de 40,4% no modelo masculino). Assim, o ambiente universitário investir no aprimoramento das características empreendedoras de forma geral resultará em resultados diferentes entre os gêneros. Iniciativas que considerem as diferenças entre os gêneros podem impulsionar de forma mais eficaz os resultados. Para aprimorar e elevar a intenção empreendedora no gênero feminino, a educação e o apoio ao empreendedorismo podem se concentrar nas características em que a mulher se sente menos preparada. É necessário também trabalhar em como elas percebem o conhecimento que obtêm (Chowdhury et al., 2019).

Segundo, as características de inovação e planejamento são aspectos críticos na formação dos estudantes do ensino superior tecnológico. Em um país com muitos novos negócios, mas onde a inovação desses empreendimentos ainda é escassa (Fischer et al., 2018; Moraes et al., 2021), essas características são fundamentais para quem pretende empreender. Nos dois grupos (masculino e feminino) o relacionamento de inovação e intenção empreendedora não foi significativo, o que implica que a percepção da capacidade de inovação não é um determinante na intenção do aluno em iniciar um empreendimento. Em relação ao planejamento, o resultado no relacionamento com a intenção empreendedora foi significativo, mas negativo nos dois grupos. Isso significa que os estudantes que têm intenção de empreender não se sentem preparados em termos de planejamento. Assim, os ambientes do ensino superior tecnológico precisam considerar abordagens que estimulem a inovação e a capacidade de planejar dos estudantes. Esse resultado é condizente com a pesquisa de Pelegrini e Moraes (2022), que demonstra a importância de se promover o empreendedorismo de forma prática no ambiente universitário.

Assim, a dissertação contribui para o avanço do conhecimento sobre o comportamento empreendedor feminino, bem como sobre o contexto do ensino superior tecnológico do país. Do ponto de vista prático, buscou-se proporcionar aos gestores e interessados na educação empreendedora uma compreensão mais acurada do comportamento empreendedor dos alunos para fins de preparação do ambiente universitário de suporte ao empreendedorismo. Os resultados reforçam que estimular o desenvolvimento das características empreendedoras de forma distinta entre os gêneros pode ser uma ação fundamental para a implementação de uma educação empreendedora efetiva dentro das faculdades. Adicionalmente, sugere-se uma abordagem mais prática em ações voltadas ao empreendedorismo. Algumas ações sugeridas

que podem contribuir no desenvolvimento dessas características nos estudantes são competições de tecnologia (Eesley et al., 2016), hackathons (Shah e Pahnke, 2014) e competições de planos de negócios (Hsu et al., 2007).

A compreensão mais detalhada do perfil empreendedor do gênero feminino no ensino superior tecnológico pode auxiliar a moldar programas de formação voltados ao desenvolvimento e fomento do empreendedorismo entre as mulheres, além de fornecer uma ferramenta de avaliação para ajudar as mulheres a perceberem se seu perfil comportamental é adequado para entrar nos desafios do mundo do empreendedorismo, o que contribui para escolhas mais efetivas de carreira.

6 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A universidade é um dos principais pilares para o estímulo e desenvolvimento do empreendedorismo (Campos et al., 2021; Muscio e Ramaciotti, 2019; Saeed et al., 2015), e essa dinâmica é moldada de acordo com o contexto universitário, formando o perfil empreendedor de seus alunos. Um ambiente universitário com estruturas de apoio educacional bem desenvolvidas pode estimular a mentalidade empreendedora nos diferentes tipos de alunos (Abualbasal e Badran, 2019; Ferrandiz et al., 2018; Moraes et al., 2021; Ratang et al., 2016; Rideout & Gray, 2013).

A presente dissertação apresentou um modelo robusto, com alto valor explicativo para intenção empreendedora, e validou a diferença de gêneros em um contexto pouco explorado, que é o ambiente de ensino superior tecnológico. Assim, a pesquisa preenche uma lacuna importante nas pesquisas de diferenças de gênero no comportamento empreendedor (Amofah e Saladrighes, 2022; Krakauer et al., 2018; Pelegrini e Moraes, 2022).

O estudo contribui também no preenchimento de uma lacuna sobre a incerteza da eficiência da educação empreendedora no desenvolvimento do comportamento e intenção empreendedora dos alunos (Shi et al., 2020), no contexto das FATECs, apresentando resultados empíricos em uma amostra consistente em um país em desenvolvimento. O campo de empreendedorismo está em constante crescimento, o que significa que ainda há espaço para estudos sobre atitudes, intenções e atividades empreendedoras (Sims e Chinta, 2019), principalmente em contextos específicos.

Apesar dos cuidados e rigor metodológico da pesquisadora, a presente pesquisa apresenta limitações que deve ser compreendida para uma correta assimilação dos resultados. A amostra não é probabilística para o ensino superior tecnológico brasileiro, apesar de ser adequada para a utilização do PLS-SEM. A coleta foi realizada apenas com alunos da área de administração, o que limita a abrangência dos resultados para todo público das FATECs. Foi utilizada uma base de dados secundária, e o questionário não foi desenvolvido especificamente para esta dissertação, o que limitou as variáveis utilizadas no modelo. A coleta foi realizada com um corte transversal único, o que dificulta a análise de como as variáveis de interesse evoluem ao longo do tempo.

Com as limitações apresentadas, algumas sugestões de pesquisas futuras podem ser indicadas. Outros contextos (no Brasil e no exterior) e cursos do ensino superior tecnológico podem ser exploradas, considerando os mesmos relacionamentos analisados, possibilitando comparações e novas análises. Estudos longitudinais podem ser desenvolvidos, abordando as diferenças de gênero no comportamento empreendedor no ensino superior tecnológico, considerando diferenças de regiões ou cursos acadêmicos. Abordagens qualitativas, como estudos de casos, análise qualitativa comparativa e entrevistas em profundidade pode ser realizada em diferentes contextos para aprofundar as diferenças entre os gêneros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abualbasal, A. M., & Badran, R. E. (2019). Student's attitude towards entrepreneurship at Princess Sumaya University for Technology. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1)1-19. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/students-attitude-towards-entrepreneurship-at/docview/2238486373/se-2>
- Adams, R. B. (2016). Women on boards: The superheroes of tomorrow? *The Leadership Quarterly*, 27(3), 371-386, 10.1016/j.leaqua.2015.11.001
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In Action control (pp. 11-39). Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2012). Martin Fishbein's legacy: The reasoned action approach. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 640(1), 11-27. <https://doi.org/10.1177/0002716211423363>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, 82(2), 261.
- Amofah, K., & Saladrigues, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(36). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00197-5>
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Díaz Tautiva, J. A. (2020). Entrepreneurial intention: Creativity, entrepreneurship, and university support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010011>
- Arshad, M., Farooq, M., Atif, M., & Farooq, O. (2020). A motivational theory perspective on entrepreneurial intentions: a gender comparative study. *Gender in Management*, 36(2) 221-240. <https://doi.org/10.1108/GM-12-2019-0253>
- Asante, E. A., Danquah, B., Oduro, F., Affum-Osei, E., Twumasi, M. A., Azunu, C., & Li, C. (2022). Entrepreneurial career persistence of hybrid entrepreneurs: The opposing moderating roles of wage work-to-entrepreneurship enrichment and entrepreneurship-

- to-wage work enrichment. *Journal of Vocational Behavior*, 132, 103660. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2021.103660>
- Aşkun, B., & Yildirim, N. (2011). Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: Creating entrepreneurs or not? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 663–676. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.050>
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A Multidimensional Model of Venture Growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303. <https://doi.org/10.2307/3069456>
- Bandera, C., Collins, R., & Passerini, K. (2018). Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 16(2), 224-238. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.02.006>
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37 (2), 122. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1). Prentice Hall: Englewood cliffs.
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (2001). Self-Efficacy Beliefs as Shapers of Children's Aspirations and Career Trajectories. *Child Development*, 72(1), 187–206. <http://www.jstor.org/stable/1132479>
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *Journal of small business management*, 55(1), 170-188. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12242>
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Bryman, Alan & Bell Emma. (2015). *Business research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Boden Jr, R. J., & Nucci, A. R. (2000). On the survival prospects of men's and women's new business ventures. *Journal of business venturing*, 15(4), 347-362. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00004-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00004-4)

- Booth, A. L., & Nolen, P. (2012). Gender differences in risk behaviour: does nurture matter? *The Economic Journal*, 122(558), F56-F78. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2011.02480.x>
- Braunerhjelm, P., Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2010). The missing link: knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth. *Small Business Economics*, 34(2), 105-125. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9235-1>
- Brinckmann, J., Dew, N., Read, S., Mayer-Haug, K., & Grichnik, D. (2019). Of those who plan: A meta-analysis of the relationship between human capital and business planning. *Long Range Planning*, 52(2), 173-188. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.01.003>
- Brinckmann, J., Grichnik, D., & Kapsa, D. (2010). Should entrepreneurs plan or just storm the castle? A meta-analysis on contextual factors impacting the business planning–performance relationship in small firms. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 24-40. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.007>
- Brixiová, Z., Kangoye T., & Said M. (2020). Training, human capital, and gender gaps in entrepreneurial performance. *Economic Modelling*. 2020 (85) 367-380. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.11.006>
- Burt, R., (2019). The networks and success of female entrepreneurs in China. *Social Networks*. 58 (2019) 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2019.01.003>
- Butticè, V., Croce, A., & Ughetto, E. (2022). Gender Diversity, Role Congruity and the Success of VC Investments. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 10422587221096906. <https://doi.org/10.1177/10422587221096906>
- Campos, M. L., Moraes, G. H. S. M., & Spatti, A. C. (2021). Do University Ecosystems Impact Student's Entrepreneurial Behavior? *BAR. Brazilian Administration Review*, 18, 1-30. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021200079>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women entrepreneurship: A systematic review to outline the boundaries of scientific literature. *Frontiers in Psychology*, 11, 1557. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Casile, M., Gerard, J. G., & Soto-Ferrari, M. (2021). Gender differences in self-efficacy, acceptance, and satisfaction in business simulations. *The International Journal of Management Education*, 19(2), 100473. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100473>

- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52(1), 199-214.
- Cheong, M., Yammarino, F. J., Dionne, S. D., Spain, S. M., & Tsai, C. Y. (2019). A review of the effectiveness of empowering leadership. *The Leadership Quarterly*, 30(1), 34-58. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.08.005>
- Chin, W. W., & Newsted, P. R. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares. *Statistical strategies for small sample research*, 1(1), 307-341.
- Coda, R., Berne, D. F., Krakauer, P. V. C., & Moraes, G. H. S. M. (2021). Entrepreneurship and gender: what do behavioural profiles have to do with it. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43, 116-141.
- Chowdhury, S., Endres, M. L., & Frye, C. (2019). The influence of knowledge, experience, and education on gender disparity in entrepreneurial, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 31(5), 371-389. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1517474>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the social sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- CPS. (2021). Centro Paula Souza - Institucional. Disponível em <https://www.cps.sp.gov.br/2021/>
- Crane, S.R. (2021), "Entrepreneurship and economic growth: does gender matter?", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 3-25. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2021-0056>
- Dawson C, Fuller-Love N, Sinnott E, O’Gorman B. (2011). Entrepreneurs’ Perceptions of Business Networks: Does Gender Matter? *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 12(4):271-281. <https://doi.org/10.5367/ijei.2011.0047>

- De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>
- Díaz-García, M. C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International entrepreneurship and management journal*, 6(3), 261-283. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0103-2>
- Eesley, C., Li, J. B., & Yang, D. (2016). Does institutional change in universities influence high-tech entrepreneurship? evidence from China's project 985. *Organization Science*, 27(2), 446-461. <https://doi.org/10.1287/orsc.2015.1038>
- Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1994). *An introduction to the bootstrap*. Chapman & Hall/CRC.
- Fagerberg, J., & Verspagen, B. (2009). Innovation studies -The emerging structure of a new scientific field. *Research Policy*, 38(2), 218-233. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.12.006>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G* Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior research methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Ferrandiz, J., Fidel, P., & Conchado, A. (2018). Promoting entrepreneurial intention through a higher education program integrated in an entrepreneurship ecosystem. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 6-21. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2017-0089>
- Ferreras-Garcia, R., Hernández-Lara, A. B., & Serradell-López, E. (2020). Gender and learning results: A study on their relationship in entrepreneurship education and business plans. *Studies in Higher Education*, 2355-2370 <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1723525>
- Fischer, B. B., Schaeffer, P. R., & Queiroz, S. (2019). High-growth entrepreneurship in a developing country: Regional systems or stochastic process? *Contaduría y Administración*, 64(1), 1-23. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1816>
- Fischer, B. B., Moraes, G. H. S. M., & Schaeffer, P. R. (2019). Universities' institutional settings and academic entrepreneurship: Notes from a developing country. *Technological Forecasting and Social Change*, 147, 243-252.

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696–706. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094>
- GEM. (2018). Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019. In Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- GEM. (2020). Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021. In Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>
- GEM. (2021). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022. In Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report>
- Gomes, S. et al. (2021). The Impact of Gender on Entrepreneurial Intention in a Peripheral Region of Europe: A Multigroup Analysis. *Social Sciences*, 10, (11), 415. <https://doi.org/10.3390/socsci10110415>
- Gonzalez-Alvarez, N. and Solis-Rodriguez, V. (2011). Discovery of entrepreneurial opportunities: a gender perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 111(5), 55-775. <https://doi.org/10.1108/02635571111137296>
- Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19 (2) 241-260. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00040-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00040-5)
- Gupta, V. K., Goktan, A. B., & Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 273-288. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.02.002>
- Gurel, E., Madanoğlu, M., & Altınay, L. (2021). Gender, risk-taking and entrepreneurial intentions: Assessing the impact of higher education longitudinally. *Education+ Training*, 63(5), 777–792. <https://doi.org/10.1108/ET-08-2019-0190>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19, 139–151. <https://doi.org/https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, Joseph F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Thousand Oaks: Sage.
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241. <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Hogendoorn, B., Rud, I., Groot, W., & Maassen van den Brink, H. (2019). The effects of human capital interventions on entrepreneurial performance in industrialized countries. *Journal of Economic Surveys*, 33(3), 798-826. <https://doi.org/10.1111/joes.12308>
- Howard, M. C., Boudreaux, M. (2021). A Systematic Literature Review and Meta-Analysis of Entrepreneurial Personality. *Entrepreneurship Research Journal*. <https://doi.org/10.1515/erj-2021-0322>
- Hsu, D. H., Roberts, E. B., & Eesley, C. E. (2007). Entrepreneurs from technology-based universities: evidence from MIT. *Research Policy*, 36(5), 768-788. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.03.001>
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. (2018). Creativity, proactive personality, and entrepreneurial intention: the role of entrepreneurial alertness. *Frontiers in psychology*, 9, 951. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00951>
- IBGE. (2022). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/historico>.
- Iddris, F., Dogbe, C. S. K., & Kparl, E. M. (2022) Innovation education and entrepreneurial intentions among postgraduate students: The role of innovation competence and gender, *Cogent Education*, 9:1. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2083470>
- INEP. (2022). Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Disponível em <https://www.gov.br/inep/>
- InovaCPS. (2022). Agência de inovação e empreendedorismo: Inova Paula Souza. Disponível em <https://inova.cps.sp.gov.br/>

- Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12137>
- Krakauer, P. V. C., Moraes, G. H. S. M., Coda, R., & Berne, D. F. (2018). Brazilian women's entrepreneurial profile and intention, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10 (4), 361-380. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2018-0032>
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(3), 91-104. <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>
- Krueger, N.F.J., Reilly, M.D., Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, (5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kusmintarti, A., Asdani, A., & Riwijanti, N. I. (2017). The relationship between creativity, entrepreneurial attitude and entrepreneurial intention (case study on the students of State Polytechnic Malang). *International Journal of Trade and Global Markets*, 10(1), 28-36. <https://doi.org/10.1504/IJTGM.2017.082379>
- Laguía, A., Wach, D., Garcia-Ael, C., & Moriano, J. A. (2022). Think entrepreneur – think male: the effect of reduced gender stereotype threat on women's entrepreneurial intention and opportunity motivation, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28 (4), 1001-1025. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2021-0312>
- Lladós-Maslloréns, J., & Ruiz-Dotras, E. (2022). Are women's entrepreneurial intentions and motivations influenced by financial skills? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 69-94. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2021-0017>
- Laouiti, R., Haddoud, M. Y., Nakara, W. A., & Onjewu, A. K. E. (2022). A gender-based approach to the influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 142, 819-829. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.018>

- Liguori, E. W., Bendickson, J. S., & McDowell, W. C. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: A social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 67-78. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7>
- Lin, Q., & Yi, L. (2021). The multilevel effectiveness of entrepreneurial leadership: A meta-analysis. *Journal of Management & Organization*, 1-19. <https://doi.org/10.1017/jmo.2020.45>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Lortie, J., Castrogiovanni, G. J., & Cox, K. C. (2017). Gender, social salience, and social performance: how women pursue and perform in social ventures. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(1-2), 155-173. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1255433>
- Ma, J., Chen, S., Wu, Y. J., & Shu, M. (2021). The Role of Experience and Gender in Founders' Business Planning Activities: A Meta Analysis. *Frontiers in psychology*. *Frontiers in Psychology*, 12, 689632. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.689632>
- Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784-794. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.01.001>
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172–179. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person–entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13(2), 281-301. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00018-4](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00018-4)
- Markowska, M., Grichnik, D., Brinckmann, J. et al. (2019). Strategic orientations of nascent entrepreneurs: antecedents of prediction and risk orientation. *Small Business Economics* 53, 859–878. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0107-4>

- Markussen, S., & Røed, K. (2017). The gender gap in entrepreneurship – The role of peer effects. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 134 (2017), 356–373. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jebo.2016.12.013>
- Matherne III, C. F., Bendickson, J. S., Santos, S. C., & Taylor, E. C. (2020). Making sense of entrepreneurial intent: a look at gender and entrepreneurial personal theory, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26 (5), 989-1009. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2019-0475>
- Moraes, G. H. S. M., Fischer, B. B., Campos, M. L., & Schaeffer, P. R. (2020). University Ecosystems and the Commitment of Faculty Members to Support Entrepreneurial Activities. *BAR. Brazilian Administration Review*, 17, 1-26. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2020190013>
- Moraes, G. H. S. M., Fischer, B. B., Guerrero, M., Rocha, A. K. L., & Schaeffer, P. R. (2021). An inquiry into the linkages between university ecosystem and students' entrepreneurial intention and self-efficacy. *Innovations in education and Teaching International*, ahead-of-print, 1-12. <https://doi.org/10.1080/14703297.2021.1969262>
- Moraes, G. H. S. M. D., Iizuka, E. S., & Pedro, M. (2018). Effects of entrepreneurial characteristics and university environment on entrepreneurial intention. *Revista de Administração Contemporânea*, 22, 226-248. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170133>
- Moraes, G.H.S.M.d., Iizuka, E.S., Rocha, A.K.L., & Diaféria, A.M. (2022), Junior enterprise and entrepreneurial behavior in Brazil. *Innovation & Management Review*, 19 (2), 156-172. <https://doi.org/10.1108/INMR-09-2020-0119>
- Muñoz, C.A., Mosey, S., & Binks, M. (2011). Desenvolvendo capacidades de identificação de oportunidades em sala de aula: evidências visuais para mudança de quadros mentais, *Academia de Aprendizagem e Educação gerencial*, 10(2), 277-295.
- Muscio, A., & Ramaciotti, L. (2019). How does academia influence Ph.D. entrepreneurship? New insights on the entrepreneurial university. *Technovation*, 82-83, 16-24. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.02.003>
- Nair, S. R. (2020). The link between women entrepreneurship, innovation and stakeholder engagement: A review. *Journal of Business Research*, 119, 283-290. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.038>

- Nasiri, N., & Hamelin, N. (2018). Entrepreneurship driven by opportunity and necessity: effects of educations, gender and occupation in MENA. *Asian Journal of Business Research*, 8(2), 57-71. <https://dx.doi.org/10.14707/ajbr.180049>
- Newman, A. et al. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403-419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Newman, A., Herman, H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.001>
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361-379. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248–292.
- OECD (2005) Organisation for Economic Co-operation and Development. Disponível em <https://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf>
- Park, C. (2017), A study on effect of entrepreneurship on entrepreneurial intention: Focusing on ICT majors. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 11 No. 2, pp. 159-170. <https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2017-024>
- Patel, P. C., & Thatcher, S. M. (2014). Sticking it out: Individual attributes and persistence in self-employment. *Journal of Management*, 40(7), 1932-1979. <https://doi.org/10.1177/0149206312446643>
- Pelegri, G. C., & Moraes, G. H. S. M. (2022). Does gender matter? A university ecosystem, self-efficacy and entrepreneurial intention analysis in Brazilian universities. *Gender in Management*, 37(2), 271-286. <https://doi.org/10.1108/GM-01-2021-0007>
- Piñeiro-Chousa, J. et al. (2020). Innovation, entrepreneurship and knowledge in the business scientific field: Mapping the research front. *Journal of Business Research*, 115, 475-485. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.045>

- Pittaway, L., & Edwards, C. (2012). Assessment: Examining practice in entrepreneurship education. *Education and Training*, 54(8/9), 778-800. <https://doi.org/10.1108/00400911211274882>
- Qiao, X., & Huang, J.-H. (2019). Effect of College Students' Entrepreneurial Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention: Career Adaptability as a Mediating Variable. *International Journal of Educational Methodology*, 5(3), 305–313. <https://doi.org/10.12973/ijem.5.3.305>
- Ramadani, V., Rahman, Md. M., Salamzadeh, A, Rahaman, Md. S., & Abazi-Alili, H. (2022). Entrepreneurship Education and Graduates' Entrepreneurial Intentions: Does Gender Matter? A Multi-Group Analysis using AMOS. *Technological Forecasting and Social Change*, 180, 121693. <http://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121693>
- Ratang, W., Blesia, J. U., Goldstein, B. L., Ick, M., & Hutajulu, H. (2016). Using the action research process to design entrepreneurship education at Cenderawasih University. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 228, 462-469. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.071>
- Reichert, P., Bird, M. D., & Farber, V. (2021). Gender and entrepreneurial propensity: risk-taking and prosocial preferences in labour market entry decisions. *Social Enterprise Journal*, 17(1), 111-139. <https://doi.org/10.1108/SEJ-07-2020-0050>
- Renko, M., Tarabishy, A. E., Carsrud A. L, & Brannback M. (2013). Understanding and Measuring Entrepreneurial Leadership Style. *Journal of Small Business Management*, 53 (1) 54-74. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12086>
- Rideout, E. C., & Gray, D. O. (2013). Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329-351. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12021>
- Ringle, C. M., Wende, S. and Becker, Jan-Michael. (2015). SmartPLS 3. Boenningstedt: SmartPLS. Retrieved from <https://www.smartpls.com>
- Rocha, E. L. D. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 18, 465-486. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141512>

- Rocha, A.K.L., Moraes, G. H. S. M. (2020). Self-efficacy and entrepreneurial characteristics influence on entrepreneurial intention: which one fits better? *Anais do XI EGEPE - encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, 2020, Belo Horizonte*. <http://dx.doi.org/10.14211/xi-egepe-118055>
- Rocha, A.K.L., Moraes, G. H. S. M., & Fischer, B. (2022). The role of university environment in promoting entrepreneurial behavior: evidence from heterogeneous regions in Brazil, *Innovation & Management Review*, 19 (1), 39-61. <https://doi.org/10.1108/INMR-08-2020-0112>
- Rocha, A. K. L., Moraes, G. H. S. M., Vodã, A. I., & Carvalho, R. Q. (2022). Comparative Analysis of Entrepreneurial Intention Models: Self-Efficacy versus Entrepreneurial Characteristics. *Mackenzie Management Review*, ahead-of-print.
- Rocha, V., & Van Praag, M. (2020). Mind the gap: The role of gender in entrepreneurial career choice and social influence by founders. *Strategic Management Journal*, 41(5), 841–866. <https://doi.org/10.1002/smj.3135>
- Rosique-Blasco, M., Madrid-Guijarro, A., & García-Pérez-de-Lema, D. (2018). The effects of personal abilities and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 1025-1052. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0469-0>
- Salameh, A. A., Akhtar, H., Gul, R., Omar, A. B., & Hanif, S. (2022). Personality Traits and Entrepreneurial Intentions: Financial Risk-Taking as Mediator. *Frontiers in Psychology*, 13, 927718-927718. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.927718>
- Saeed, S., Yousafzai, S. Y., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127-1145. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12090>
- Shah, S. K., & Pahnke, E. C. (2014). Parting the ivory curtain: understanding how universities support a diverse set of startups. *The Journal of Technology Transfer*, 39(5), 780-792. <https://doi.org/10.1007/s10961-014-9336-0>
- Sarasvathy, S. D., & Venkataraman, S. (2011). Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(1), 113-135. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00425.x>

- Sims, R.L. and Chinta, R. (2019). The mediating role of entrepreneurial ambition in the relationship between entrepreneurial efficacy and entrepreneurial drive for female nascent entrepreneurs. *Gender in Management: An International Journal*, 35(1), 76-91, available at: <https://doi.org/10.1108/GM-09-2019-0158>
- Schein, V. E., Mueller, R., Lituchy, T., & Liu, J. (1996). Think manager—think male: A global phenomenon? *Journal of Organizational Behavior*, 17(1), 33-41. [https://doi.org/10.1002/\(SICD\)1099-1379\(199601\)17:1<33::AID-JOB778>3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/(SICD)1099-1379(199601)17:1<33::AID-JOB778>3.0.CO;2-F)
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 291-332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450-467. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552009000300007>
- Schmidt, S., Bohnenberger, M. C., Panizzon, M., Marcon, S. R. A., Toivonen, E., & Lampinen, M. (2018). Students entrepreneurial behaviour: An eight-construct scale validation. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 1-20. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/students-entrepreneurial-behaviour-eight/docview/2125192321/se-2>
- Schmidt, S., Bohnenberger, M. C., Nodari, C. H., & Da Silva, M. D. J. S. (2022). Gender, entrepreneurial behaviour and firm performance of Brazilian students: integrating economic and behavioral perspectives. *Heliyon*, 8(1), e08750. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08750>
- Scott, J. W. (2005). O enigma da igualdade. *Revista estudos feministas*, 13, 11-30. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2005000100002>
- SEADE. (2022). Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. Disponível em <https://www.seade.gov.br/>
- Seigner, B. D. C., Milanov, H., & McKenny, A. F. (2022). Who can claim innovation and benefit from it? Gender and expectancy violations in reward-based crowdfunding. *Strategic Entrepreneurship Journal*. <https://doi.org/10.1002/sej.1426>

- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Shi, L., Yao, X., & Wu, W. (2020). Perceived university support, entrepreneurial self-efficacy, heterogeneous entrepreneurial intentions in entrepreneurship education the moderating role of the Chinese sense of face. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(2), 205–230. doi: 10.1108/JEEE-04-2019-0040.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Shneor, R., & Janssen, J. I. (2014). Gender and entrepreneurial intentions. *Entrepreneurial Women: New Management and Leadership Models*, Praeger Publishing, Santa Barbara, CA, 15-67.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2018). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries 2018 GUESSS Global Report*. Retrieved from http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_Global_2018.pdf
- Suseno, Y., & Abbott, L. (2021). Women entrepreneurs' digital social innovation: Linking gender, entrepreneurship, social innovation and information systems. *Information Systems Journal*, 31(5), 717-744. <https://doi.org/10.1111/isj.12327>
- Sweida, G. L., & Reichard, R. J. (2013), Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20 (2), 296-313. <https://doi.org/10.1108/14626001311326743>

- Tlaiss, H. A., & Kauser, S. (2019). Entrepreneurial leadership, patriarchy, gender, and identity in the Arab world: lebanon in focus. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 517-537. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12397>
- Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445-463. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0351-2>
- Utsch, A., & Rauch, A. (2000). Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance. *European journal of work and organizational psychology*, 9(1), 45-62. <https://doi.org/10.1080/135943200398058>
- Vaghely, I. P., & Julien, P. A. (2010). Are opportunities recognized or constructed? An information perspective on entrepreneurial opportunity identification. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 73-86. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.06.004>
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(5). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- Vasconcelos, D. D. S. C. (2021). A influência do ensino superior tecnológico no comportamento empreendedor.
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., & Van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of economic psychology*, 33(2), 325-341. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.009>
- Vita, D. L., Mari, M., & Pogessi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*. 32(3) 451-460. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.009>
- Vodă, A., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
- WEF. (2020). World Economic Forum. Annual Report 2020/2021. <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality/>

- Wilson F, Kickul J, Marlino D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>
- Whetten, D. A. (1989). What constitutes a theoretical contribution?. *Academy of management review*, 14(4), 490-495. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308371>
- Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(12). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>
- Yukongdi, V., & Lopa, N. Z. (2017). Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24 (2) 333-352. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0168>