

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

The psychosocial profile of the entrepreneur:
A study from the point of view of gender in Angola.

Vasco Soares¹

Belkis Oliveira²

Paulo Dengue³

RESUMO

Estudos anteriores em Angola mostraram que a auto-eficácia afeta negativamente a Intenção Empreendedora. Adotando a perspectiva da teoria da ação planificada, analisa-se o efeito diferencial do género na intenção de empreender um grupo de estudantes universitários em Angola. Os resultados mostram que não há diferenças de género na intenção de empreender dos/das estudantes angolanos/nas, embora as mulheres tenham médias mais elevadas, não foram encontradas diferenças significativas na Atitude, Norma Subjetiva e Auto-eficácia. Numa análise mais detalhada da escala, podemos verificar diferenças significativas em vários dos sub-índices.

Palavras-chave: empreendedorismo; intenção empreendedora; género, Angola.

¹ISVOUGA – Instituto Superior de Entre o Douro e Vouga, vsalazarsoares@gmail.com

² REMIT – Research on Economics, Management and Information Technologies.

³ ISVOUGA – Instituto Superior de Entre o Douro e Vouga, belkisoliveira@terra.es

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

ABSTRACT

Previous studies in Angola have shown that there are differences in the psychosocial profile of the entrepreneur as a function of gender. Adopting the perspective of planned action theory, the differential effect of gender on the entrepreneurial intention by a group of university students from Angola is analysed. The results show that there are no gender differences in Angolan students' on the entrepreneurial intention, although women have higher statistical means, no significant differences were found in attitude, subjective norm and self-efficiency. In a more detailed analysis of the scale we can verify significant differences in several of the sub indices.

Key words: entrepreneurship; entrepreneurial intention; gender, Angola.

Received on: 2019.02.03

Approved on: 2019.03.20

Evaluated by a double blind review system

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

1. INTRODUÇÃO

O estudo psicossocial do empreendedorismo é uma linha de pesquisa de grande importância na atualidade, na medida em que cada vez mais a atual situação socioeconômica exige características empreendedoras dos estudantes universitários.

Por outro lado, desde pequenos somos influenciados por estereótipos de gênero, essas diferenças influenciam nossas opções relacionadas com uma profissão as quais por sua vez estão associadas a características de personalidade (Markman & Baron, 2003).

Várias investigações destacaram a diferença entre mulheres e homens ao iniciar e desenvolver uma atividade empreendedora (Capontes, 2012; Maes, Leroy, & Sels, 2014; Oliveira, Moriano, & Salazar, 2013). A transição de um emprego como trabalhador assalariado para um emprego por conta própria implica mudanças na vida pessoal, familiar e profissional, o que é significativamente mais complicado para as mulheres que acham mais difícil iniciar uma actividade empresarial (Marlow & Patton, 2005); (Zhao & Hills, 2005).

O estudo apresentado a seguir é um estudo exploratório que objetiva verificar a relação entre gênero e intenção empreendedora a partir de uma perspectiva psicossocial. Para isso, partimos dos aspectos sócio-demográficos e da teoria da ação planejada e analisamos a intenção de formar um grupo de estudantes universitários de Angola.

2. OS MODELOS DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Os modelos de intenção empreendedora surgem a partir das limitações dos modelos de traços de personalidade dos empreendedores (Robinson, Stimpson & Huefner, 1991; Shane & Venkataraman, 2000) e são actualmente considerados uma base confiável para prever o comportamento . dentro do estudo da intenção empreendedora, a teoria da ação planificada (TAP), Ajzen, 1991, 2011), é amplamente utilizada em várias áreas para prever diferentes tipos

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

de intenções comportamentais (Armitage & Conner, 2001). De seguida citamos estudos realizados em vários países: Alemanha (Jacob & Richter, 2005), Espanha (Linan & Chen, 2009); (Moriano, 2005); (Moriano, Gorievski, Laguna, e. Stephan, 2012), Estados Unidos (Autio, Keeley, Klofsten & Parker, 2001; Krueger & Reilly 2000), Finlândia (Kautonen, Van Gelderen & Tornikoski, 2013), Índia e Irã (Moriano, et al, 2012, Noruega (. Kolvereid, 1996; Krueger & Reilly, 2000), Polónia (Moriano, Gomez, Laguna, e Roznowski, 2008), Portugal (Oliveira et al., 2013), Rússia (Alexei & Kolvereid, 1999), Suécia (Autio, Keeley, Klofsten, & Parker, 2001), y Taiwan (Liñán & Chen, 2009).

A TAP propõe que a intenção depende da influência que três componentes têm sobre ela: (a) Atitude em relação ao comportamento, (b) a norma subjetiva, e (c) controle comportamental percebido. Embora a intenção seja formada a partir das atitudes, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido, cada um desses componentes pode ter pesos diferentes, variando a sua importância de acordo com os comportamentos e as situações (Ajzen, 1991).

Estudos anteriores sobre Intenção Empreendedora destacam diferenças de género (Perez-Quintana & Hormiga, 2014; Robledo, Arám, & Sánchez, 2015; (Shinnar, Giacomini & Janssen, 2012). Neste referencial teórico e a partir de pesquisas anteriores, formulamos a primeira hipótese de pesquisa

1ª Hipótese: A Intenção Empreendedora dos homens é superior à das mulheres

O primeiro fator que explica a Intenção Empreendedora é a atitude, definida como o grau em que a pessoa faz uma avaliação positiva ou negativa de um comportamento. Uma atitude favorável será associada à intenção de realizar um comportamento com maior frequência (Moriano et al., 2008).

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

Vários trabalhos encontraram relações diretas e positivas entre Atitude e a intenção de empreender (Llano, 2010; Liñán, & Rodriguez-Cohart, 2011; Moriano et al., 2012).

Em relação ao género, homens e mulheres apresentam valores e motivações de trabalho diferentes (Verheul, Thurik, Grilo & Zwan, 2012). O empreendedorismo é percebido como um domínio masculino (Búa, Fernandez López e Pazos, 2011; Pérez-Quintana & Hormiga, 2014), há uma maior predisposição masculina para a criação de empresas e as mulheres percebem desvantagens ao considerar a opção do trabalho autónomo associado à maternidade, o conflito família-trabalho em comparação com estar empregadas por conta de outrem (Martínez-Pérez y Osca Segovia, 2004). Os estereótipos associados aos empreendedores têm um impacto negativo nas intenções empreendedoras das mulheres (Langowitz & Minniti, 2007, Gupta, Turban, Wasti & Sikdar, 2009). Esses estudos anteriores nos levam a formular a seguinte hipótese

2ª Hipótese: A influência da atitude na intenção de empreender é maior nos homens do que nas mulheres.

A norma subjetiva é a pressão social percebida para realizar ou não um comportamento e reflete o efeito dos valores sociais (Morales, Reboloso & Moya, 1994). Os resultados recentes obtidos confirmam que este fator apresenta maior variabilidade no modelo, sendo significativo em alguns estudos e não significativo em outros (Engle, Dimitriadi, Gavidia, Shlaegel., 2000), Fini, Grimaldi, Marzochi & Sobrero, 2012; 2010), (Moriano et al., 2012).

No que respeita as questões de género. a pesquisa sugere que a Intenção Empreendedora é afetada em grande parte pelos papéis sociais atribuídos às mulheres (Karimi, Biemans, Lans, Chizari & Mulder 2014; Bruin, Brush & Welter, 2007). As mulheres percebem a opção de criar uma empresa menos favorável (Díaz-García & Giménez, 2010).

Estes estudos nos levam a formular a seguinte hipótese:

3ª Hipótese: A influência da norma subjetiva é maior em mulheres que em homens.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

O terceiro antecedente que integra o modelo é o componente de controle sobre o comportamento percebido também assinalado como autoeficácia. Esse fator é de grande importância e em grande parte dos estudos é geralmente o principal componente do perfil empreendedor (Fini et al., 2012, Liñán et al., 2011, Moriano et al., 2012, Oliveira et al., 2013). Compreender a relação entre a autoeficácia e o empreendedorismo pode ampliar a compreensão da eficácia dos processos empreendedores e melhorar as habilidades das pessoas através da formação e educação (Drinovsek, Wicent & Cardon, 2010; Florian, Karri, & Rossiter, 2007).

Estudos sobre Intenção Empreendedora encontram diferenças entre mulheres e homens (Díaz-García & Giménez, 2010; Gupta et al., 2009; Maes et al., 2014; Oliveira et al., 2013; Shinnar et al., 2012; Ventura Fernández & Quero Gervilla, 2013). As mulheres confiam menos nas suas habilidades e se percebem com um menor grau de autoeficácia (Chen, Greene e Crick, 1998; Langowitz & Minniti, 2007; Zhao & Hills, 2005).

4ª Hipótese: A autoeficácia empreendedora influencia de forma mais significativa a intenção empreendedora em homens do que das mulheres.

Em Angola existem poucos estudos que relacionam a Intenção Empreendedora à Teoria da Ação Planificada e ao Género. Denge, (2016) analisou em um estudo exploratório a importância dos componentes do modelo TAP na Intenção Empreendedora de universitários de Angola. Esta pesquisa indica que a auto eficácia afeta negativamente a Intenção Empreendedora, enquanto que o desejo de independência afeta positivamente a Intenção Empreendedora, estes resultados diferem do esperado na literatura sobre a Intenção Empreendedora.

3. MÉTODO

a. Participantes

Este estudo envolveu 193 estudantes universitários de Angola, 109 homens (56,5%) e 84 mulheres (43,5%) com idades compreendidas entre os 17 e os 52 anos ($M = 24,24$ anos, $DP = 6,3$). As idades dos estudantes da amostra são entre 20 e 23 anos (14,9%), em termos de suas classificações académicas, os alunos no segundo ano representam (26,0%), aqueles em 3 anos (16, 8%) e graduados (13,5%).

b. Procedimento

Todos os questionários foram preenchidos anonimamente durante as aulas, entre março e julho de 2015, respeitando a participação voluntária e com prévia autorização dos Reitores e Diretores Acadêmicos.

c. Instrumento

Os componentes do modelo TAP (Atitude, Norma subjetiva, Autoeficácia e Intenção Empreendedora) foram medidos com o Questionário de Intenção Empresarial (CIE) elaborado na Espanha por Moriano (2005) e posteriormente validado em diferentes países e línguas (Moriano et al., 2008); (Moriano et al., 2012), (Oliveira et al., 2013). Todos os itens do questionário têm um formato de resposta do tipo Likert de 7 pontos (Nada a Totalmente). A confiabilidade (alfa de Cronbach) de cada uma das subescalas é considerada satisfatória: atitude (0,67), regra subjetiva (0,64), autoeficácia empreendedora (0,76) e intenção empreendedora (0,73). (ver questionário anexo),

4. RESULTADOS

Como pode ser visto na tabela 1, não há diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres. Em relação às variáveis do TAP, as médias obtidas são bastante semelhantes e não foram encontradas diferenças significativas na Atitude, Norma Subjetiva, Auto eficácia empreendedora e Intenção de empreender. Desta forma, não se podem confirmar as hipóteses propostas.

Quanto à Hipótese 1. Verificamos que não há diferenças estatisticamente significativas na Intenção Empreendedora entre homens e mulheres pelo que, rejeitamos a hipótese 1.

Um resultado similar verificamos relativamente à influência da Atitude na Intenção Empreendedora, entre homens e mulheres, (Hipótese 2) sendo que a média da variável Atitude é maior em mulheres, a pesar da diferença não ser estatisticamente significativa. Os parâmetros A1 (enfrentando novos desafios) e A2 (criando emprego para outros) da variável Atitude são superiores nas mulheres e estatisticamente significantes.

Em relação à Hipótese 3, não há diferenças estatisticamente significantes na média da norma subjetiva entre homens e mulheres, motivo pelo qual também não se confirma a hipótese 3.

Quanto à Hipótese 4. Verificamos da mesma forma que não existem diferenças estatisticamente significativas entre as variáveis Autoeficácia e Intenção empreendedora, levando a rejeitar também a Hipótese 4.

Na Hipótese 4, verificamos que a média do parâmetro E1 (definição da ideia de negócio e estratégia da nova empresa) da variável Autoeficácia é maior nas mulheres em relação aos homens e estatisticamente significativa, com um nível de significância de 1%, revelando que este parâmetro de Auto-eficácia está de acordo com a Hipótese 4.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

Analisando em maior detalhe a Tabela 1, verifica-se que as médias mais altas para as mulheres são aquelas relacionadas às variáveis Autoeficácia ($M = 6,15$, $DP = 0,54$), Intenção Empreendedora ($M = 5,73$, $DP = 0,57$) e Atitude ($M = 4,78$, $DT = 0,77$). Nos homens esta situação também é verificada, Autoeficácia ($M = 6,08$, $DT = 0,60$), Intenção Empreendedora ($M = 5,71$, $DP = 0,59$) e Atitude ($M = 4,68$, $DP = 0,78$).

Aprofundando as diferenças entre homens e mulheres, os itens onde se encontram diferenças significativas são:

- Atitude: nos itens enfrentam novos desafios (A1), criam emprego para os outros (A2), as mulheres mostram uma média maior e o item assume riscos calculados (A5), os homens pontuam mais alto.

- Autoeficácia: o único item que apresenta diferenças significativas com uma média maior para as mulheres é: definição da ideia de negócio e estratégia da nova empresa (E 1).

Insertar “Tabla nº 1 Estatísticas Descritivas Medias y Desvio Típico”

5. CONCLUSÕES

Os resultados obtidos mostram que a Intenção Empreendedora das mulheres não apresenta diferenças significativas relativamente à Intenção Empreendedora dos estudantes masculinos angolanos (a hipótese 1 não está confirmada). Esses resultados são contrários a vários estudos na literatura que indicam que há diferenças no IE, sendo essa intenção maior no caso dos homens (Fuentes Garcia e Sanchez Cañizares, 2010, Moriano et al., 2006b, Oliveira et al., 2015).

Embora existam algumas diferenças em vários aspectos da escala Atitude e Autoeficácia, as diferenças nas médias entre homens e mulheres não são significativas, portanto, as Hipóteses 2 e 4 não são confirmadas.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

A Norma Subjetiva não apresenta diferenças estatisticamente significantes entre mulheres e homens (a hipótese 3 não foi confirmada). Esse resultado é contrário aos resultados de autores como (Karimi et al., 2014), o que indica que a IE é mais afetada em mulheres pela Norma Subjetiva. Vários autores encontraram uma relação positiva e significativa entre a SN (Norma Subjectiva) e a IE (Intenção Empreendedora), mas é importante mencionar que vários estudos confirmam que é a Norma Subjectiva é o fator com mais variabilidade no modelo da TAP (Moriano et al., 2012).

Embora os resultados das escalas globais não indiquem diferenças significativas, temos que mostrar que, no que se refere à Atitude, as mulheres pontuam mais e com resultados significativos nos itens: enfrentar novos desafios (A1), criar emprego para outros (A2), esses resultados podem estar relacionados com estudos que verificaram que homens e mulheres diferem na importância que atribuem aos valores mais básicos, os homens atribuem mais importância a valores como poder ou estimulação, por sua vez as mulheres a valores como benevolência e universalismo (Schwartz e Rubel, 2005)

Os valores coletivistas de conformidade e benevolência influenciam negativamente a intenção de empreender e são significativos no caso das estudantes universitárias (Oliveira, Moriano, Laguía e Salazar, 2015).

Em relação à Autoeficácia, o aspecto mais significativo foi a definição da ideia de negócio e estratégia da nova empresa (E 1), em todos os outros aspectos menos na E6, as mulheres pontuaram mais alto em relação aos homens, O item E6 corresponde à capacidade de criar e colocar em funcionamento uma nova empresa de forma eficaz, podemos considerar que este aspecto é o que mais se relaciona com o processo operacional e com o objetivo de criar uma nova empresa.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

Devemos ter em mente que esta pesquisa tem limitações: uma delas é que a amostra não é representativa dos alunos em geral, uma amostra maior é necessária e que inclua segmentos da população com maior diversidade regional e nível educacional para alcançar resultados com representação em nível nacional.

BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 79-211.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour. Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113-1127.
- Alexei, T., & Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), 269-271.
- Armitage, J. C., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour. A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40 (4), 471-499.
- Autio, E., Keeley, H. R., Klofsten, M., & Parker, C. G. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Entreprise and Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychology*, 37, 122-147.
- Barbosa, D. S., Gerhardt, W. M., & Kickul, R. J. (2007). The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86-104.
- Bilsky, W. (2009). The structure of values: Its stability across instruments, theories, age, and cultures. *Revista de Administração Mackenzie*, 10, 12-33.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

- Bruin, A., Brush, C., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339.
- Capontes, C. (2012). *Género e Empreendedorismo em Portugal*. Bragança: Escola Superior de Tecnologia e Gestão.
- Chen, C. C., Greene, G. P., & Crick, A. (1998). The partial least squares approach or structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295-336.
- De Tienne, R. D., & Chandler, N. G. (2007). The role of gender in Opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 365-386.
- Denge, P.A., (2016). *Retrato sobre o Empreendedorismo Económico em Angola: Evidência Empírica sobre a Intenção Empreendedora dos Estudantes do Ensino Superior Angolano*. Dissertação de Mestrado em Gestão, Universidade Portucalense, Portugal.
- Diaz-Garcia, J., & Gimenez Moreno. (2010). Entrepreneurial Intention. The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 261-283.
- Drinovsek, M., Wicent, J., & Cardon, S. M. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 16(4), 329-348.
- Engle, R., Dimitriadi, N., Gavidia, J., Shlaegel, C., Delanoe, S., & Alvarado, L. (2000). Entrepreneurial intent: A twelve country evaluation of Ajzen's model on planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 16(1), 35-57.
- Filippi, G., & Zubieta, E. (2003). Valores y trabajo. *Anuario de investigaciones*.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, L. G., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 387-414.
- Florian, J., Karri, R., & Rossiter, N. (2007). Fostering entrepreneurial drive in business education: An attitudinal approach. *Journal of Management Education*, 31, 17-42.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

- García, J. P., & Cañizares, M. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- Gupta, V., Turban, D. B., Wasti, A. S., & Sikdar, A. (2009). The Role of Gender stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (2), 771-788.
- Jacob, K., & Richter, G. P. (2005). Absichten zur Gründung eines Unternehmens bei Studierenden. *Wirtschaftspsychologie*, 2, 51-70.
- Jaén, I., Moriano, J. A., & Liñan, F. (2013). Personal values and entrepreneurial intentions: an empirical study. *Conceptual richness and methodological diversity in entrepreneurship research*, 15-31.
- Karimi, S., Biemans, J. A., Lans, T., Chizari, M. & Mulder M. (2014). Effects of role models and gender on students entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8), 654-727.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M. & Tornikoski, E. (2013). Predicting entrepreneurial behavior. A test of the theory of planned behavior. *Applied Economics*, 45(6), 697-707.
- Krueger, F. N., & Reilly, D. M. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 13, 411-432.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Leroy, H., Maes, J., Meuleman, M., Sels, L., & Debrulle, J. (2009). Gender effect on entrepreneurial intentions. A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *Chicago (USA): Academy of Management Annual Meeting, Chicago, USA*, 7-11.
- Liñan, F., & Chen, W. Y. (2009). Development and cross -cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 593-617.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

- Liñan, F., & Rodriguez-Cohard, J.C. (2011). Factors affecting entrepreneurial cognitions. start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), 195-218.
- Llano, A. J. (2010). Determinants of academic entrepreneurship behaviour. A multilevel model. *United States: Stevens Institute of Thechnology*.
- 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, 784-794
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 281-301.
- Marlow, S., & Patton, D. (2005). All credit for men? Entrepreneurship, finance and Gender. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), 717-735.
- Martínez Pérez, M. D. y Osca Segovia, A. (2004). El éxito profesional desde una perspectiva de género: Propuesta de un modelo. *Revista de Psicología General y Aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 57(2), 193-208.
- Medina Brito, P., Bolívar Cruz, A. y Lemes Hernández, A. I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 2, 63-80.
- Morales, F. J., Reboloso, E., & Moya, M. (1994). Actitudes. *Psicologia Social*, 495-621.
- Moriano, J. A. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Moriano, J. A., Gomez, A., Laguna, M. & Roznowski B, (2008). *Validación de un cuestionario para medir la intención emprendedora. Una aplicación en España y Polonia*. Método, Teoría e Investigación en Psicología Social, 101-121. Madrid: Pearson.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

- Moriano, J. A., Gorievski, M., Laguna, M., & Stephan, U. (2012). A cross-cultural approach to understanding intention. *Jornal of Career Development*, 39 (2), 162-185.
- Oliveira, B., Moriano, J. A., & Salazar, V. S. (2013). Estudo exploratório das diferenças na intenção empreendedora entre homens e mulheres em Portugal: o caso dos jovens universitários do norte de Portugal. *Revista População e Sociedade*, 217-235.
- Perez-Quintana, A., & Hormiga, E. (2014). Stereotypical notions of the entrepreneur: an analysis from a perspective of gender. *Journal of Promotion management*, 20 (1), 82-94.
- Robinson P., Stimpson, D., & Huefner, J. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13-32.
- Robledo, J. L., Arám, M. V., & Sanchez, V. M. (2015). The moderating of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective. *Intangible capital*, 11(1), 92-117.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Shinnar, O., Giacomini, O. & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 463-484.
- Ventura Fernández, R. & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer: Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-149.
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I. & Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 325-341.
- Vivel Búa, M., Fernandez López, S. & Rodeiro Pazos D. (2011). El sistema universitario Motor o freno del emprendimiento femenino. *Jornadas la Mujer en la Ingeniería*, 113-130.

**O Perfil Psicosocial do Empreendedor:
Um estudo da perspectiva de Género em Angola.**

- Welter, F., Smallbone, D., Isakova, N., & Aculai, E. (2007). *The role of gender for entrepreneurship in a transition context*. Cheltenham U.K.: Fronteirs in European Research.
- Zhao, S. H., & Hills, E. G. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90 (6), 1265-1272.

How to cite this article:

Salazar, V., Oliveira, B., & Dengue, P. (2019). O Perfil Psicosocial do Empreendedor: Um estudo da perspectiva de Género em Angola. *Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting*, 5 (9), 3-18. Disponível em <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/PJFMA>