DOI: 10.5902/19834659 19062

GÊNERO, CLASSE SOCIAL E EMPREENDEDORISMO: FOCO NAS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIAS DE UM PAÍS EMERGENTE

Gender, social class, and entrepreneurship: focusing female university s tudents in an emerging country

Data de submissão: 10-08-2015
Aceite: 20-08-2016

Edmilson de Oliveira Lima[1]
Reed Nelson[2]
Vânia Maria Jorge Nassif[3]

RESUMO

Em todo o mundo, pesquisas têm identificado uma forte associação entre classe social e várias dimensões relativas ao empreendedorismo, tais como intenção empreendedora, frequência de fundação de negócios, crescimento e sucesso. De modo semelhante, pesquisadores identificaram uma associação entre o gênero e uma série de comportamentos e resultados empreendedores. Há, contudo, poucos estudos que consideram interações possíveis entre classe social, gênero e empreendedorismo, especialmente fora dos Estados Unidos e da Europa continental. Usando a afiliação a universidades de níveis distintos de prestígio como um indicador de classe social, o presente artigo foca a interação entre classe social e gênero e vários aspectos do empreendedorismo em quatro amostras que totalizam 14.807 respostas de estudantes universitários brasileiros de graduação. Ainda que confirme parte significativa da pesquisa existente sobre classe social e empreendedorismo, por um lado, e sobre gênero e empreendedorismo, por outro, este artigo identifica numerosas relações inesperadas entre gênero, classe social e conceitos relacionados aos comportamentos empreendedores.

Palavras-chave: empreendedorismo, classe social, gênero, mulheres, país emergente.

1 Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Viçosa, mestrado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina, Ph.D. em Administração pela HEC Montreal, Canadá. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA - mestrado e doutorado) e do Mestrado Profissional em Gestão do Esporte da Universidade Nove de Julho – UNINOVE. São Paulo. São Paulo. Brasil. E-mail: edmilsonolima@gmail.com

2 Possui Graduação em Bachelor of Arts pela Brigham Young University - Provo/Utah, B.Y.U., Estados Unidos. Mestrado em Estudos Latino Americanos pela Brigham Young University - Provo/Utah, B.Y.U., Estados Unidos. Doutorado em Comportamento Organizacional pela Cornell University, Cornell, Estados Unidos. Estados Unidos. E-mail: renelson@siu.edu

3 Possui Graduação em Psicologia pela FFCLRP-USP. Especialização em Administração de Recursos Humanos pela Fundação Getulio Vargas – São Paulo, FGV-SP. Especialização em Metodologia e Didática de Ensino pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras José Olympio, FFCL. Especialização em Formação de Psicodramatista pela Associação Brasileira de Psicodrama e Sociodrama, ABPS-SP. Especialização em Avaliação a Distância pela Universidade de Brasília, UnB. Mestrado em Educação pela Universidade de Ribeirão Preto, UNAERP. Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, Brasil. E-mail: vania.nassif@gmail.com

ABSTRACT

Research worldwide has identified a strong association between social class and a variety of dimensions related to entrepreneurship including entrepreneurial intention, frequency of firm foundings, growth, success and other factors. Similarly, researchers have identified an association between gender and a series of entrepreneurial behaviors and outcomes. There is however very little research considering possible interactions between social class, gender and entrepreneurship, especially outside of the US and continental Europe. Using elite versus subelite university affiliation as a proxy for social class, the present article looks at the interaction between social class and gender as it relates to several aspects of entrepreneurship in four samples summing up 14,807 responses from Brazilian undergraduates. While supporting much of the existing research on social class and entrepreneurship and gender and entrepreneurship, it identifies a number of unexpected interactions between gender, social class and correlates of entrepreneurial behaviors.

Keywords: *entrepreneurship, social class, gender, women, emergent countries.*

1 INTRODUÇÃO

A literatura já estabelece com certa firmeza a existência de um importante impacto da classe social das pessoas sobre o espectro de recursos e disposições que elas apresentam em variadas situações de vida, sejam elas educacionais, profissionais, matrimoniais, artísticas ou políticas (BOURDIEU, 1979; MANACORDA, 1991; PONCE, 1986; WEBER, 1930). Contudo, algumas surpresas apareceram com a identificação feita pelos estudos em empreendedorismo de numerosas relações possíveis entre classe social e atividade empreendedora, referente a aspectos como criação de novas empresas, taxa de sucesso, taxa de crescimento e apoio e orientação da família (ALDRICH; RENUZULLI; LANGTON, 1998; ARONSON, 1991; BLACK; DEVEREUX, 2011; DOEPKE; ZILIBOTTI, 2005). O gênero também está claramente associado a uma variedade de aspectos socialmente importantes, tais como renda, educação, progressão profissional, participação e orientação políticas e implicação no sistema jurídico (JONES, 2000). Assim como a classe social, o gênero também está associado com diferentes orientações, comportamentos e resultados no empreendedorismo (COWLING; TAYLOR, 2001; JENNINGS; BRUSH, 2013).

Intuitivamente, poder-se-ia esperar a existência de relações entre gênero e classe social no campo do empreendedorismo. Várias pesquisas mostraram como a classe social modera ou potencializa efeitos de gênero em conquistas quanto à formação e à mobilidade de carreira (GREENE; BRUSH; GATEWOOD, 2007; JONES, 2000). Mulheres de classes superiores, por exemplo, têm maior tendência a ingressar em carreiras tradicionalmente masculinas, como Engenharia e Direito, do que mulheres das classes sociais mais baixas; da mesma forma, mulheres de classes elevadas têm maior tendência a rejeitar os estereótipos de gênero do que as mulheres de classes inferiores (COWLLING; TAYLOR, 2001). Apesar dessa relação intuitiva, encontramos poucas pesquisas relacionando classe e gênero simultaneamente a aspectos do empreendedorismo, principalmente na América Latina. Essa relativa negligência ocasiona implicações teóricas e de políticas públicas. Vão os incentivos financeiros ou educacionais de promoção do empreendedorismo feminino favorecer desproporcionalmente as mulheres de classe mais elevada? Diferenças psicológicas associadas com classe social e com gênero levam a diferentes estilos e resultados no empreendedorismo? A educação em empreendedorismo ou a educação em geral tem impactos idênticos nos diferentes gêneros e classes? Respostas para essas e outras questões correlatas poderiam ajudar na busca de balizamentos teóricos mais completos e inclusivos, assim como de práticas mais efetivas.

As questões de classe social e de gênero, assim como as relações de ambas com o empreendedorismo, são alvo de interesse crescente nas pesquisas sobre os meios de melhoria da vida da maior parte da população terrestre. Nos países latino-americanos, inclusive o Brasil, o papel das

mulheres é particularmente merecedor de atenção, já que normalmente elas enfrentam mais dificuldades para entrar no mercado formal de trabalho e tendem a realizar atividades de negócio para evitar o desemprego e a pobreza – algo que ajuda a explicar por que as taxas de empreendedorismo feminino normalmente são mais altas nos países em desenvolvimento (MINNITI; NAUDÉ, 2010). Por exemplo, a taxa de atividade empreendedora em estágio inicial de negócios (TEA, na sigla em Inglês), uma taxa medida pelo estudo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), é muito próxima entre homens e mulheres em países como Brasil – 17,1% e 17,45%, respectivamente – e México – 19,74% e 18,31%, respectivamente (SINGER; AMORÓS; ARREOLA, 2015).

Também caracterizando uma condição desvantajosa para as mulheres, internacionalmente falando, repetitivos estudos já constataram o hiato de gênero (*gender gap*) quanto à intenção de empreender (JENNINGS; BRUSH, 2013), à autoeficácia (*self-efficacy* – BANDURA, 1997; CHEN; GREENE; CRICK, 1998) e ao número de negócios possuídos (GEORGELLIS; WALL, 2005) – os homens mostram índices mais elevados para as três características. A autoeficácia é "a crença das pessoas em sua capacidade para produzir os efeitos desejados com suas próprias ações" (BANDURA, 1997, p. 7, tradução nossa) e a autoeficácia em empreendedorismo é a percepção de si como alguém preparado para realizar atividades empreendedoras com sucesso (CHEN; GREENE; CRICK, 1998).

Além disso, para homens e mulheres, há relações estreitas entre a classe social e o empreendedorismo, sendo um fenômeno merecedor de atenção a forte tendência ao empreendedorismo que se vê na classe média alta e seus efeitos sobre a mobilidade social em países em desenvolvimento (AMORÓS; CRISTI, 2010; SOLIMANO, 2005). Ademais, a consideração dos efeitos de classe social tem o potencial de ajudar a entender as dinâmicas do empreendedorismo no que concerne à oportunidade em certos agrupamentos socioeconômicos assim como às dinâmicas que empurram pessoas para o autoemprego e atividades de negócio que figuram como fuga do desemprego e da pobreza.

Há uma categoria específica de mulheres em preparação para a carreira profissional na América Latina, as estudantes universitárias, que parece não estar submetida a essa tendência de fuga, o que contraria a literatura supracitada sobre empreendedorismo feminino. Justamente, elas estão gozando de alguma liberdade de escolha de carreira e se preparando para o futuro em um nível de estudo dificilmente acessível a pessoas de uma família de condição social modesta. As razões dessa dificuldade no Brasil estão, em grande parte, no baixo grau de eficiência do sistema público de educação pré-universitária, na pobreza da maior parte da população e na dificuldade dessa parcela da sociedade para obter formação paga e de qualidade para se preparar e ser aprovada nos exames de admissão das universidades públicas. Segundo Bourdieu (1987), à medida que pessoas das classes superiores têm acesso praticamente exclusivo às melhores instituições de ensino, a estratificação social perpetua-se. Não se pagam mensalidades nas universidades públicas brasileiras. Paradoxalmente, para fazer um curso universitário, os que têm menos recursos acabam buscando as universidades privadas, comumente apontadas como as de mais baixa qualidade de ensino. Como efeito desses obstáculos, os estudantes universitários brasileiros oriundos de famílias de classe média baixa ou inferior têm grande restrição de acesso ao ensino superior. Portanto, poder-se-ia ver tais obstáculos como concorrentes para a reprodução da estrutura social descrita por Bourdieu (1987).

Por não serem fortemente impulsionadas a empreender por necessidade e terem formação média relativamente elevada e, consequentemente, certa liberdade de opção por uma carreira para a qual se sintam preparadas, as universitárias tendem a gerar mais contribuições socioeconômicas quando se tornam empreendedoras. Algo similar ocorre com seus colegas de sexo masculino, cujas contribuições tendem a ser ainda maiores, devido ao hiato de gênero. O

tema do empreendedorismo feminino, apesar de altamente relevante, tem sido pouco tratado nos estudos acadêmicos brasileiros, seja de modo comparado ou não com o empreendedorismo masculino. Nesse sentido, particularmente no Brasil, continua válida a ideia de cerca de uma década, segundo a qual o tema é subestudado (GREENE; BRUSH; GATEWOOD, 2007; BRUIN; BRUSH; WELTER, 2006). Quando se trata de estudantes universitários e dos efeitos de classe social, a carência de estudos faz-se ainda maior.

Há intensas influências mútuas entre a classe social das pessoas, o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico. Classes sociais diferentes são equipadas com diferentes capitais sociais e culturais com os quais podem formular e executar uma visão empreendedora. Ao mesmo tempo, a atividade empreendedora é bastante conhecida como um meio pelo qual algumas pessoas passam de uma classe social a outra. De fato, grande proporção das pessoas mais ricas do mundo chegou a essa condição via atividades empreendedoras (SHANE, 2009). Nesse viés, aceita-se amplamente que a revolução industrial inglesa foi realizada em grande parte por empreendedores de classe média, o que aponta para a maior propensão da classe média a empreender (DOEPKE; ZILIBOTTI, 2005; WEBER, 1930). Acredita-se, também, que o tamanho da classe média é estreitamente ligado ao desenvolvimento e ao crescimento econômico de um país, assim como a sua taxa de atividade empreendedora (ACEMOGLU; ZILIBOTTI, 1997; KHARAS, 2010).

Nesse sentido, a relação entre classe social e empreendedorismo é interessante por razões puramente intelectuais e para fins de formulação de políticas públicas. A reduzida literatura que liga os dois conceitos inclui uma variedade de modelos de como eles interagem, marcados por direções causais distintas (DOEPKE; ZILLIBOTTI, 2005; GALOR; WEIL, 2000; HANSEN; PRESCOTT, 2002). Se o entendimento sobre a relação entre esses dois conceitos é geralmente tênue, ele o é ainda mais nos países da América Latina, onde os estudos sobre o empreendedorismo ainda são incipientes. Além disso, a importância das classes sociais na região, a desigualdade da distribuição de renda e de condição de vida, as discrepâncias e dinâmicas sociais acentuadas segundo os gêneros, assim como a relativa ausência de iniciativas empreendedoras de sucesso são particularmente importantes para o estudo da classe social em suas conexões com o empreendedorismo e para as comparações entre os empreendedorismos feminino e masculino à luz de tais conexões.

Diante disso, o objetivo do presente trabalho é descrever efeitos combinados do gênero e da classe social sobre aspectos ligados ao empreendedorismo para estudantes universitários brasileiros, focalizando em especial a condição das estudantes em comparação à dos estudantes. As diferenças de classe social e seus efeitos são aqui considerados a partir da afiliação de duas grandes amostras de estudantes a uma universidade frequentada por filhos de famílias de classe média baixa (n = 7.690 mulheres e 5.720 homens) e de duas outras amostras vinculadas a uma universidade frequentada por filhos originários de famílias de classe média alta (n = 782 mulheres e 615 homens).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Classe social, seus indicadores e desdobramentos

A primeira análise formal das classes sociais foi a divisão realizada por Karl Marx dos membros das sociedades em capitalistas, trabalhadores e pequenos burgueses (MARX, 1973). Os capitalistas possuem os meios de produção e empregam trabalhadores para produzir mais-valia, das quais se apropriam como lucro. É do interesse dos trabalhadores minimizar os lucros acumulados pelos capitalistas em prol de obter melhor remuneração, ao mesmo tempo em que os capitalistas têm interesse contrário. Os pequenos burgueses escapam dessa relação de tensão

por realizarem atividades econômicas que não requerem a concentração de capital nem a exploração de trabalhadores. Exemplos de pequenos burgueses seriam médicos, advogados e outros trabalhadores autônomos. Usando critérios estritamente marxistas, pode-se afirmar que pessoas autoempregadas sem subordinados pertencem à pequena burguesia, enquanto aquelas com ao menos um empregado são capitalistas, pois exploram mão de obra. À medida que a influência política do marxismo diminuiu, também diminuiu seu impacto no pensamento sobre classes sociais. Como resultado, deslocou-se a visão sobre classes em termos de posses materiais para uma perspectiva mais refinada envolvendo os capitais social, cultural, simbólico e econômico. Weber e Bourdieu estão na vanguarda dessa visão mais ampla sobre classe social.

Weber (1930), o principal rival intelectual de Marx, desenvolveu uma perspectiva mais nuançada das classes sociais, partindo, entretanto, do pensamento de Marx. Da mesma forma que Marx (1973), Weber (1930) vê as classes sociais como derivações do poder econômico, mas acrescenta que derivam também do poder político e das conexões sociais criadas por identidades culturais em comum. Enquanto Marx (1973) vê a propriedade dos meios de produção como o principal agente causal da evolução social e econômica, Weber (1930) atribui maior influência aos mercados em geral e à posição das pessoas nesses mercados, os quais determinam suas condições e possibilidades na vida, inclusive seu modo e nível de acesso a uma grande variedade de recursos físicos e simbólicos. Ao invés de diferenciar quem possui meios de produção de quem não os possui, Weber (1930) dá atenção, entre outras coisas, aos tipos de troca que os membros de diferentes classes podem realizar nos mercados. Por exemplo, famílias com amplos recursos financeiros podem comprar serviços educacionais, médicos e culturais que as diferenciam de outras, além da distinção já causada pela propriedade de outros recursos, como instrumentos de trabalho, edificações e/ou terras, que podem ser usados para produzir coisas. O conjunto dos recursos, por sua vez, também pode prover acesso a contatos e conhecimento especializado que lhes sejam vantajosos de várias maneiras. Recursos econômicos podem ser usados para gerir ou reforçar a participação ou influência em grupos de *status* cuja habilidade para excluir ou incluir membros, de acordo com definições e demonstrações de valores, contribui para o estabelecimento do ordenamento hierárquico na sociedade. Finalmente, partes interessadas mobilizam pessoas para pressionar o estado a favorecer reivindicações e ideias que reforçam a posição das classes e/ou de grupos de *status* em relação a outros.

Weber (1930) enfatizou não apenas o modo como as pessoas se posicionam no mercado, mas também a forma como as forças racionalizadoras dos mercados capitalistas favorecem aqueles que sabem aproveitar a atividade econômica de modo sistemático e previsível. Portanto, um técnico ou administrador que sabe realizar a produção eficiente de bens pode obter tanto poder, honra e recursos financeiros quanto alguém que possui os meios de produção, mas não sabe administrá-los racionalmente.

A abordagem de Weber não apresenta a simplicidade e a parcimônia da de Marx e não inclui princípios elegantes para caracterizar e ordenar as classes. Contudo, trabalhos subsequentes, que exploram diferentes temas do pensamento weberiano, oferecem opções analíticas mais elaboradas. Uma delas é a abordagem muito disseminada e mais recente de Bourdieu (1987), que trata dos capitais econômico, social, cultural e simbólico. O autor tomou elementos do pensamento weberiano referentes à estratificação e os dispôs em conexão com diferentes categorias que analisou como capitais usados pelas pessoas para se distinguirem de outras, em turnos mais ou menos constantes de negociações, para assegurar uma posição na ordem de *status* social. O capital econômico segue a definição intuitiva dos recursos financeiros possuídos. Já o capital social refere-se às conexões entre indivíduos na estrutura social, as quais podem ser usadas para

garantir prestígio, oportunidades e recursos. O capital cultural, por sua vez, consiste no que se aprendeu quanto a diferentes graus de prestígio e diferentes técnicas e habilidades sociais. Por fim, o capital simbólico envolve o conhecimento de avaliações, gostos e convenções usados pelas pessoas para sinalizar sua posição na hierarquia de prestígio. Diferentes combinações de capitais são empregadas pelos diferentes grupos e estratos sociais para maximizar seu nível de prestígio e de distinção; conforme sua posição e suas aspirações em termos de classe social, cada capital pode ser mais ou menos privilegiado pelos indivíduos ou grupos. Bourdieu (1987) empreendeu análises qualitativas e quantitativas sofisticadas de combinações de diferentes capitais em uso a serviço de seus detentores. Um dos seus achados mais notáveis é a ideia de que a socialização inicial mune os indivíduos de gostos e preferências específicos intimamente alinhados com sua classe social. Assim, em tenra idade, as pessoas já aprendem a desdenhar manifestações culturais de outras classes e a se entusiasmar com as manifestações culturais de sua própria classe.

A pesquisa empírica sobre classe social e especificamente sobre a relação entre classe social e empreendedorismo não se manteve, em geral, atualizada com as perspectivas mais recentes se forem considerados outros aspectos além do capital econômico. A maioria dos estudos usa a renda familiar ou autoclassificação como indicativo de classe social, ambos sendo limitados à luz de conceituações mais contemporâneas de classe social. Pesquisas mostram que a maioria das pessoas se identifica como sendo de classe média, mesmo quando seu capital econômico ou social é bastante alto ou baixo. De modo similar, enquanto pessoas nos extremos da renda familiar tendem a se identificar como sendo de uma classe intermediária, é comum, em tempos de rápida mudança social e econômica, que, quando comparadas, pessoas de mesmo nível de renda familiar apresentem discrepância acentuada em relação à condição dos demais capitais. Tal complexidade na definição e no estudo de classes sociais provê uma motivação central para nosso interesse por universidades de alto e de baixo prestígio como fonte de contribuição para novos conhecimentos sobre a relação entre classe social e empreendedorismo.

2.2 Classe social e histórico de família: seus efeitos sobre o empreendedorismo

A literatura identificou diferentes efeitos estatísticos da classe social familiar sobre o interesse e a prática quanto ao empreendedorismo nas pessoas. Dolton e Makepeace (1990) perceberam uma forte tendência de graduandos de universidades privadas de elite no Reino Unido a serem autoempregados, conceito que inclui os autônomos. De modo semelhante, Hundley (2006) descobriu que a renda familiar é positivamente correlacionada com a incidência do autoemprego. Dunn e Holtz-Eakin (2000) observaram o mesmo tipo de relação entre o nível de capital financeiro familiar e a incidência de autoemprego entre jovens. Em outro estudo parecido, Erkko e Zoltan (2010) notaram uma relação positiva entre a renda da família de um indivíduo e a aspiração deste para fazer crescer os negócios que possui.

Um conjunto de estudos buscou identificar os fatores mais importantes que levam ao interesse por empreender. Dentre as variáveis identificadas, o histórico familiar parece ser altamente relevante, conforme constatado por Shao, Seibert e Hills (2005) em uma pesquisa que tratou de diferenças individuais, como educação, gênero e idade. Em estudos sobre estudantes universitários, o histórico familiar parece ter importante impacto sobre diferentes variáveis, incluindo a avaliação que eles fazem do empreendedorismo como uma opção de carreira, a escolha de sua área de ênfase nos estudos de graduação e a escolha da profissão (GUROL; ATSON, 2006). Esses efeitos da condição da família são observados já a partir da adolescência (SCHROEDER; RODERMUND, 2006).

Além de estudos de orientação mais psicológica ou sociológica, economistas reconheceram o que chamam de transmissão intergeracional de preferências (VOLLAND, 2013), fator que pode auxiliar a identificar uma persistência intergeracional de várias características, tais como os níveis de renda e de escolaridade (BOWLES; GINTIS; GROVES, 2005; BLACK; DEVEREUX, 2011; DOHMEN ET AL., 2012). Essa corrente de estudos sugere que famílias de classe social mais alta têm filhos que se fixam em classes sociais mais altas, pais com nível educacional mais alto têm descendentes de maior escolaridade e pais que valorizam o empreendedorismo têm filhos que fazem o mesmo.

Os estudos citados até aqui nesta seção oferecem mais base para *a abordagem do apoio familiar* do que para a *abordagem dos modelos na família* (WANG; WONG, 2004) – duas correntes de pesquisa concorrentes que tratam da influência da família sobre as atitudes empreendedoras de seus membros, particularmente filhos e filhas. A primeira abordagem foca diferentes formas de incentivo e de apoio oferecidas pela família, além da socialização feita por ela, que favorecem atitudes positivas quanto ao empreendedorismo se este é bem-visto. A segunda abordagem, por sua vez, foca mais a influência, intencional ou não, de autoempregados ou empreendedores existentes na família, que tendem a ser tomados como modelos a seguir, e o impacto da imersão dos descendentes em um estilo de vida familiar que envolve o empreendedorismo. A primeira abordagem não pressupõe a vivência do autoemprego ou do empreendedorismo por alguém na família, diferentemente da segunda. A tendência das famílias de classe mais alta a favorecer o empreendedorismo pode ser explicada por seu interesse em aproveitar a variedade de recursos financeiros e não financeiros que podem oferecer a seus filhos (ALDRICH; RENZULLI; LANGTON, 1998). Por sua vez, as famílias com ao menos um empreendedor têm mais facilidade de prover capital e empréstimos a seus filhos, assim como ligações com uma rede de relação incluindo atores-chave do mundo dos negócios (LASPITA ET AL., 2012).

Adicionalmente, estudos do histórico familiar confirmaram um forte impacto dos modelos que preveem a família conduzindo descendentes ao empreendedorismo (KRUEGER, 1993; MATTHEWS; MOSER, 1996; SHAPERO; SOKOL, 1982), similarmente ao que faz a convivência em um ambiente familiar que trata de negócios com frequência (CARR; SEQUEIRA, 2007). Os pais podem inculcar intenções empreendedoras e desenvolver um senso de autoeficácia em seus filhos por meio da socialização que, intencionalmente ou não, transmite conhecimento, habilidades e valores favoráveis ao comportamento empreendedor (SPERA; MATTO, 2007).

2.3 Barreiras ao empreendedorismo nas famílias de classe mais baixa

Acredita-se que as intenções e os comportamentos empreendedores dos indivíduos das classes sociais mais baixas sejam significativamente atenuados por barreiras de natureza socioeconômica. A classe social e a cultura influenciam a formação de redes de relação em todas as classes (WEBER, 1930), mas a natureza dessas influências varia. Kim e Aldrich (2005) creem que uma dessas barreiras deriva da tendência que têm os indivíduos das classes mais baixas a se associarem com outros da mesma classe, mais do que se vê nas classes elevadas, o que resulta em redes colaborativas em que faltam diversidade e recursos.

O capital social de possíveis empreendedores de classe inferior tende a restringir a quantidade, a qualidade e a variedade dos recursos financeiros e não financeiros, tais como empréstimos e capital social. Quanto aos recursos financeiros, as pessoas das classes mais baixas gozam de acesso limitado ao financiamento formal dos bancos e, por isso, contam mais com familiares e amigos (Cole, Sampson e Zia, 2011). Esses contatos, por sua vez, têm menos recursos a disponibilizar do que se vê nas classes elevadas, o que restringe fortemente a possibilidade de apoiar o comportamento empreendedor de outras pessoas.

Com isso, as barreiras de recursos para empreender são autorreprodutoras nos estratos mais baixos da sociedade, nos quais também há uma variedade de fatores que limitam o desenvolvimento de uma cultura empreendedora, o que acaba por restringir ainda mais a atividade empreendedora das classes mais baixas. O efeito líquido dessas limitações parece ser uma menor incidência do comportamento empreendedor nas classes mais baixas (AUDRETSCH; BÖNT; TAMVADA, 2013). Segundo uma interpretação marxista, poder-se-ia dizer que os membros das classes inferiores são alienados dos meios de produção e, por isso, estão fadados a uma posição de subserviência às classes capitalistas. Em termos weberianos, uma possível explicação seria que as classes mais baixas não têm o espírito do capitalismo, enfrentam um mercado menos favorável e não possuem os recursos físicos, simbólicos e de rede de relação comuns nas classes elevadas. Na perspectiva de Banfield (1974), alguém poderia afirmar que o *locus* de controle das classes mais baixas é externo, de modo que seus membros não percebem como factível a possibilidade de controlar seu próprio destino e, assim, submetem-se ao domínio e ao controle das demais classes.

Se, por um lado, o empreendedorismo desempenha um importante papel na redução da pobreza (SAINI, 2001), por outro, as classes mais baixas enfrentam barreiras significativas para participar do sonho empreendedor em uma sociedade. No caso do contexto brasileiro (e latino americano em geral), que é de maior interesse neste estudo, há elevados níveis de desigualdade social e uma reduzida parcela da população que pertence à classe média e possui recursos amplos. Nessa condição, o crescimento da classe média alta por via do empreendedorismo e vice-versa seria um resultado desejável para aumentar a prosperidade e atenuar a desigualdade, principalmente porque tal classe tende a ter níveis mais elevados de intenção empreendedora e de autoemprego segundo a literatura já citada neste artigo.

Essas ideias sugerem que, se as classes mais baixas pudessem encontrar os meios necessários para aumentar de modo sustentável e com qualidade suas taxas de empreendedorismo, economias como a brasileira poderiam criar um círculo virtuoso de desenvolvimento e de melhoria de qualidade de vida. Como Kantis, Federico e Trajterberg (2012) argumentam, tais possibilidades colocam em destaque a importância dos estudos ainda raros sobre a relação entre classe social e empreendedorismo na América Latina como um meio de gerar conhecimento útil para empreendedores e criadores de políticas públicas.

2.4 Gênero e empreendedorismo

Consistentemente ao longo do tempo, variados estudos têm confirmado que os homens apresentam um nível de intenção empreendedora superior ao das mulheres (JENNINGS; BRUSH, 2013; MATTHEWS; MOSER, 1996). Nota-se, ainda, que eles têm maior tendência a ser autoempregados (KLYVER; NIELSEN; EVALD, 2013). Estudando uma amostra de 162 estudantes respondentes de uma universidade confessional de prestígio da cidade de São Paulo, Ghobril et al. (2005) também constataram claramente o hiato de gênero quanto à intenção empreendedora. Em uma direção aparentemente divergente, a partir de uma amostra de 39 homens e 28 mulheres empreendedores da região metropolitana de São Paulo, Jones (2000) relata ausência de diferença entre os dois grupos quanto ao nível de interesse de explorar oportunidades de negócio. Contudo, as amostras eram de pessoas que já tinham seu negócio e haviam passado pela provação de ser empreendedores no período de grande turbulência econômica no Brasil dos anos 1990. Esses elementos podem ajudar a entender a proximidade da intenção empreendedora dos dois grupos, pois seus negócios eram "sobreviventes" daquele período turbulento.

Conhecendo-se o hiato de gênero, chamam atenção alguns dos resultados de Lima et al. (2015). Estudando uma amostra de 25.751 estudantes (55,4% de mulheres) de 37 instituições

de ensino superior brasileiras, identificaram maior demanda das estudantes por educação em empreendedorismo. Em uma lista de diferentes disciplinas e atividades possíveis, 54,8% dos que disseram querer fazê-las ao longo dos estudos (n médio = 11.232 respondentes) eram mulheres. Com isso, as estudantes parecem desejosas de se preparar melhor para empreender, o que poderia eventualmente ter um impacto de diminuição do hiato de gênero ao longo do tempo – algo de que poderiam se ocupar os pesquisadores no futuro.

Como lembram Jennings e Brush (2013), Shane (2008) já foi categórico ao dizer que o gênero de uma pessoa é um dos melhores preditores que se tem de quem se tornará um empreendedor. O nível mais elevado da intenção empreendedora para os homens é um dos elementos mais bem-estabelecidos por pesquisas empíricas que sustentam a ideia de hiato de gênero em empreendedorismo. A literatura traz ainda diferentes fatores explicativos para o hiato, como postura que acompanha cada gênero (EVANS; LEIGTON, 1989), razões culturais, discriminação contra a mulher (NEUMARK; MCLENNAN, 1995), atitudes sociais em relação à mulher à frente de negócios (HUQ; RICHARDSON, 1997) e tipo de modelo desenvolvido no ambiente familiar (SCHILLER; CREWSON, 1997).

Frequentemente, fazendo associação com aspectos da intenção empreendedora, a literatura destaca que as mulheres apresentam maior tendência a limitar suas escolhas de carreira por não acreditarem ter as habilidades necessárias para empreender com sucesso – ou seja, não acreditam ser suficientemente autoeficazes (BANDURA, 1997; CHEN; GREENE; CRICK, 1998). Isso, contudo, não significa que elas sejam realmente menos hábeis do que os homens. Foi o que Kourilsky e Walstad (1998) notaram ao comparar as reais habilidades empreendedoras de adolescentes de ambos os sexos com a percepção que eles tinham sobre suas próprias habilidades: embora muito similares em habilidades em comparação aos meninos, as meninas se viam como menos hábeis do que eles. Por sua vez, Jones e Tullous (2002) observaram que as mulheres da amostra de seu estudo se subestimavam no período de pré-abertura de sua empresa quanto a suas competências em finanças.

À luz dessa afirmação do hiato de gênero em muitas pesquisas e da fundamentação precedente sobre classe social, faz-se relevante testar as hipóteses a seguir. Convém lembrar que tal fundamentação sinaliza níveis mais baixos de interesse e de percepção de preparo quanto a aspectos do empreendedorismo para as pessoas de classe social mais baixa.

H1: (a) A autoeficácia em empreendedorismo e as intenções empreendedoras são mais baixas para as estudantes nas duas universidades, (b) ambos os indicadores apresentando seu menor nível na universidade de classe social mais baixa.

H2: (a) Para as duas universidades, proporcionalmente menos mulheres estudantes relatam que têm seu próprio negócio, (b) estando a menor proporção delas presentes na universidade de classe social mais baixa.

O teste das hipóteses ganha particular relevância quando se considera que uma das variadas razões explicativas das diferenças de gênero quanto ao empreendedorismo – diferenças que têm importante impacto para a macroeconomia (MINNITI; ALLEN; LANGOWITZ, 2006) – consiste na possibilidade de as mulheres terem características socioeconômicas distintas das apresentadas pelos homens, tais como educação, riqueza, condição familiar e *status* no trabalho (MINNITI; NAUDÉ, 2010).

Como destacam essas duas autoras, de fato, algumas pesquisas constatam que as diferenças realmente existem (BLANCHFLOWER, 2004; COWLING; TAYLOR, 2001; MINNITI; ARENIUS; LANGOWITZ, 2005) e que as mulheres também tendem a ter menos anos de experiência de trabalho do que os homens (ARONSON, 1991; LEE; RENDALL, 2001). Evocando outros autores, Minniti e Naudé (2010) lembram ainda que mulheres de países em desenvolvimento se asseme-

lham àquelas dos países desenvolvidos por contarem, mais do que os homens, com o apoio das pessoas de sua família de origem (ANTHIAS; MEHTA, 2003; BRUSH, 1992; GREVE; SALAFF, 2003; JUSTO; DETIENNE, 2008). Para muitas mulheres, o apoio da família é um fator crítico no começo de seu próprio negócio (HUQ; RICHARDSON, 1997).

Diante disso, outra hipótese a ser testada é a seguinte:

H3: (a) Para as duas universidades, proporcionalmente mais mulheres estudantes relatam que contam com o apoio de sua família para terem seu próprio negócio, (b) sendo a menor proporção delas encontrada na universidade de classe social mais baixa.

3 DADOS E MÉTODOS

Os dados do *survey* apresentado aqui foram obtidos por meio do questionário do *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS), chamado no Brasil de Estudo GUESSS Brasil (*www.guesssbrasil.org*). O questionário foi traduzido e validado teoricamente por especialistas em empreendedorismo e em educação em empreendedorismo no Brasil[4]. Ele contém 16 conjuntos de questões de múltipla escolha baseadas principalmente em escalas de cinco ou sete pontos. Dentre outros elementos, mede diferentes aspectos da educação em empreendedorismo e levanta disciplinas e atividades de preparação oferecidas pelas instituições de ensino superior nessa área (SOUITARIS; ZERBINATI; AL-LAHAM, 2007 – com algumas adaptações), intenções empreendedoras e seus determinantes, incluindo o *locus* de controle e a autoeficácia (CHEN; GREENE; CRICK, 1998; LIÑÁN; CHEN, 2009), e os motivos pessoais para a escolha da carreira (CARTER ET AL., 2003). O questionário foi disponibilizado aos respondentes em um *website*, sendo respondido *on-line*. A afiliação dos estudantes às universidades foi usada como indicativo (*proxy*) de classe social.

Professores e coordenadores ou diretores de programas de ensino foram convidados presencialmente, por *e-mail* e/ou por telefone a ajudarem na coleta de dados como parceiros de pesquisa. Em seguida, eles solicitaram as respostas dos estudantes em contatos presenciais, por *e-mail* e/ou disponibilizaram o *link* do questionário *on-line* no *website* ou na intranet de sua instituição. O processamento dos dados incluiu análise de frequência das respostas, já que as amostras foram caracterizadas como estatisticamente infinitas (LEVY; LEMESSHOW, 1999), e teste de hipóteses. Esses testes focaram principalmente as diferenças entre as quatro amostras e entre os dois grupos de estudantes: mulheres e homens.

Os estudos sobre o empreendedorismo na América Latina têm utilizado *surveys* realizados em residências ou com apelo direto aos donos de empresas para a coleta de dados. Nossa pesquisa é diferente por ter utilizado amostras de grande número de estudantes universitários de duas, mas distintas, universidades privadas brasileiras. Uma delas atrai majoritariamente estudantes da classe média baixa (classe C) que são predominantemente a primeira geração a se beneficiar da educação superior. A outra é uma tradicional universidade que vem servindo à classe média alta (classe B) por cerca de um século. A estratégia de pesquisa do GUESSS internacional, também utilizada como base no presente artigo, e nosso foco específico em duas universidades com tradições, identidades institucionais e ênfases de mercado diferentes produziram atributos únicos para nosso estudo. O uso do prestígio institucional como um indicador de classe social, como qualquer outro operacionalizador de um constructo, é imperfeito e envolve limitações, mas também oferece vantagens ausentes nos demais estudos já feitos. As pesquisas existentes baseiam-se em autorrelatos de classe social e de renda familiar, ambos apresentando reconhecidas fraquezas. É amplamente

4 Numerosos trabalhos já foram preparados com base no GUESSS, como relatórios nacionais e internacionais (ver www.guesssurvey.org) e textos de caráter acadêmico (por exemplo: BERGMANN, 2012; LASPITA ET AL, 2012; LIMA et al., 2014; LIMA ET AL., 2015; SIEGER; MONSEN, 2015; ZELLWEGER et al., 2015; ZELLWEGER; SIEGER; HALTER, 2011).

reconhecido que as autoavaliações de classe social são altamente subjetivas e que respondentes das classes mais baixas e mais altas tendem a se posicionar como membros de uma classe diferente da real. Até mesmo se a renda familiar for informada com precisão, é geralmente aceito que ela não é um indicador completo de classe social, porque não oferece qualquer ideia dos capitais simbólico, cultural e social. Ainda que a característica de estudar em uma universidade de elite ou de trabalhadores operários também seja um indicador imperfeito de classe social, acreditamos que ela proveja um complemento útil para medidas usadas em outros estudos.

O principal revés que vemos em operacionalizarmos classe social por intermédio do prestígio institucional reside no fato de que a escolaridade em si é altamente impactada pela classe social, em especial quando se trata de educação universitária. Apesar de a participação das classes média e baixa na educação superior ter expandido significativamente no Brasil nas últimas duas décadas, ainda se pode considerar que ser estudante universitário no país não é a regra entre os jovens. Portanto, enquanto qualquer pessoa, em qualquer lugar, estudando em uma universidade tende a ter maior motivação para o desenvolvimento de uma carreira e ser mais bem-capacitada para tal do que a população em geral, essa tendência é substancialmente ampliada para estudantes das classes baixa e média baixa no Brasil. A mesma ideia é também, de certa forma, relevante para os gêneros. Uma vez que as mulheres no Brasil, e particularmente aquelas das classes mais baixas, tendem histórica e desproporcionalmente menos a frequentar universidades, há a tendência de que as mulheres de nossas amostras, especialmente aquelas da universidade de classe social inferior, sejam mais motivadas e/ou mais capacitadas para desenvolver sua carreira do que aquelas que encontraríamos em uma amostra geral da população brasileira. Contudo, é importante levar em conta as características intrínsecas de nossas amostras quando da interpretação de nossos resultados, pois elas concernem à classe social. Devemos acrescentar, de todo modo, que, até mesmo se a classe social não tivesse qualquer relação com o prestígio das universidades (o que não é o caso), a questão da relação entre prestígio educacional e comportamento empreendedor é de pertinente interesse tanto por razões práticas quanto por sua utilidade para as políticas públicas.

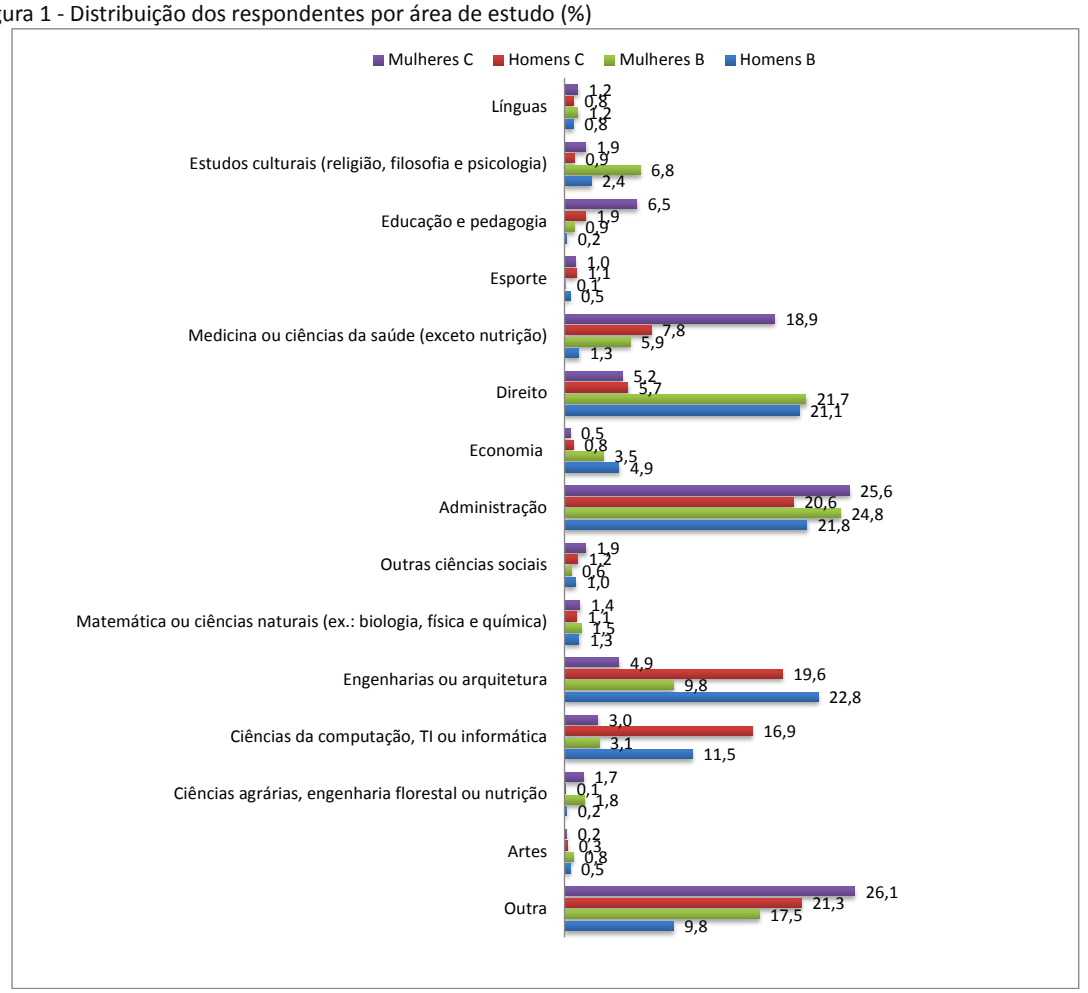
As características a seguir descrevem as amostras, compostas apenas de estudantes de graduação. Dessas, duas são da universidade nomeada ficticiamente C, de acordo com a classe social que mais atrai (7.690 mulheres e 5.720 homens), e duas são da universidade nomeada ficticiamente B, também segundo a classe social que mais atrai (782 mulheres e 615 homens). Não foram realizados testes estatísticos (teste U, *t* e/ou V de Cramér) a partir deste ponto até o fim da presente seção, porque a apresentação de frequências aqui é apenas descritiva, não comparativa.

Quanto à idade, a distribuição para a universidade C é 40,3% na faixa abaixo de 25 anos; 30,4% na de 25 a 30 anos; e 29,3% na faixa acima de 30 anos. Para a universidade B, as porcentagens são, respectivamente, 81,2%, 14,2% e 4,5%.

Em relação ao gênero, as universidades B e C apresentaram porcentagens similares de mulheres, predominantes entre os respondentes: 56% dos respondentes da universidade B, e 57,3% da C.

A distribuição dos respondentes por área de estudo é discriminada, a seguir, na Figura 1.

Figura 1 - Distribuição dos respondentes por área de estudo (%)



Fonte: questão do projeto GUESSS inspirada em levantamentos já bem-estabelecidos sobre estudantes, mas principalmente no levantamento do *Swiss Statistisches Bundesamt* e da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

A categoria "outra" da Figura 1 inclui as respostas de estudantes que não se classificaram como ligados às demais categorias de resposta.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O quadro 1 apresenta os resultados dos testes de hipótese.

Quadro 1- Resultados dos testes de hipótese

Hipótese	Resultado	Comentários
H1a	**Confirmada** (ver as tabelas 1 e 2 dos anexos)	Os níveis de autoeficácia e de intenção empreendedora para as mulheres são mais baixos do que para os homens nas duas universidades, o que confirma a literatura. **Fato relevante**: o hiato de gênero (porcentagem de diferença entre homens e mulheres) para as duas variáveis é sistematicamente menor para a universidade C. **Isso se deve principalmente à porcentagem de superioridade de mulheres da universidade C** em comparação a suas homólogas da outra universidade, porcentagens geralmente mais elevadas do que as que separam os estudantes da universidade C dos da universidade B.
H1b	**Não confirmada Resultado contrário** (ver as tabelas 1 e 2 dos anexos)	Os resultados mostram o contrário do que indicam a hipótese e a literatura sobre as classes sociais em relação ao empreendedorismo. **Isso revela resultados novos e inesperados, que merecem atenção.**
H2a	**Não confirmada** (ver a tabela 3 dos anexos)	Os dados relativos a homens e a mulheres não são estatisticamente independentes para se fazer a comparação tomando-se cada universidade separadamente. Portanto, a hipótese não pode ser confirmada.
H2b	**Não confirmada Resultado contrário** (ver a tabela 3 dos anexos)	Os testes indicam que os dados para as mulheres de cada universidade são estatisticamente independentes. Contudo, **as estudantes da universidade C são proprietárias de aproximadamente o dobro da proporção de empresas em comparação com as estudantes da universidade B**, em sentido contrário ao que é afirmado pela hipótese.
H3a	**Confirmada por vários elementos Não confirmada por outros** (ver a tabela 4 dos anexos)	Na maioria das comparações de gênero para a universidade B da tabela 4, a hipótese não se confirma devido a uma falta de diferença estatisticamente significante. Por outro lado, os itens F, G e I a confirmam para essa mesma universidade. O contrário ocorre para a universidade C: a grande maioria das comparações entre homens e mulheres confirma a hipótese, mas não com os itens A e K.
H3b	**Confirmada por vários elementos Não confirmada por outros** (ver a tabela 4 dos anexos)	A hipótese confirma-se com os dados da maioria dos itens de escala da tabela 4 (itens B, D, E, F, G, H e I), mas não a partir de alguns outros (A, C, J e K).

Os resultados obtidos com o teste das hipóteses reforçam a constatação já amplamente estabelecida do hiato de gênero quanto à autoeficácia e à intenção empreendedora. Contudo, uma atenção particular deve ser dada ao resultado inesperado referente à hipótese H1a, segundo o qual o hiato de gênero é sistematicamente menor para as estudantes de classe social inferior. Tal constatação não ocorre apenas com base nos resultados contrários do teste da hipótese H1b. Os níveis de autoeficácia e de intenção empreendedora dos estudantes de gênero masculino da universidade C se mostram estatisticamente mais elevados (teste U ; $p < 0,05$) do que os dos seus homólogos da universidade B (para o conjunto dos itens das tabelas 1 e 2 dos anexos, menos para os itens G e I da tabela 1 e os itens A e B da tabela 2 – teste U; $p > 0,05$). Não obstante, a porcentagem desse tipo de diferença é mais elevada para as estudantes da universidade C (para o conjunto dos itens das tabelas 1 e 2 dos anexos, menos para os itens A e H da tabela 1). Em outras palavras, nessas comparações, o menor hiato de gênero da universidade C não é devido a um menor nível dessas variáveis para os estudantes de sexo masculino, mas ao nível proporcionalmente mais elevado para as estudantes da universidade C em relação àquelas da universidade B.

Uma explicação que pode ser vislumbrada para os resultados superiores dos estudantes, homens e mulheres, da universidade C é que eles parecem pertencer à categoria de pessoas cujo nível para essas variáveis é mais elevado em sua própria classe social, a classe C. As pessoas da classe C raramente vão à universidade no Brasil. Pode-se intuir que, em geral, aquelas que o fazem têm entre suas principais motivações o desejo por uma condição de vida melhor, para si e para sua família, via mobilidade social. Poder-se-ia deduzir que uma grande parte dentre elas se sente naturalmente atraída pelo empreendedorismo, visto que este, como ocorre com o ensino superior, está notoriamente dentre os meios mais eficazes de ascensão social no país. Por outro lado, ingressar na universidade é um comportamento comum e bastante enraizado no sistema de valores da classe média alta brasileira.

Outra explicação possível é a média de idade mais elevada para o conjunto dos estudantes, homens e mulheres, da universidade C. Mesmo sendo originários de família que raramente têm condição financeira ou um sistema de valores que sustente o esforço de ingressar na educação superior (muitas vezes pagando mensalidades), esses estudantes o fazem. Na classe média alta, é normal que os pais priorizem os estudos em nível superior para seus filhos por volta da idade de 20 anos e paguem as mensalidades de instituições privadas caso estes não ingressem em universidade pública. A idade média mais elevada dos estudantes da universidade C é talvez explicada, ao menos em parte, pelo fato de que a maioria deles (excetuando-se, por exemplo, aqueles que obtêm financiamento do Fundo de Financiamento Estudantil – FIES) deve ter os recursos necessários para pagar suas mensalidades, o que demanda, antes de qualquer outra coisa, um emprego como fonte de renda própria e a existência de uma folga financeira que permita o pagamento da universidade. Isso normalmente demora alguns anos para ocorrer. Com idade mais elevada, tendo um emprego, é também possível que tais estudantes tenham tido mais tempo para desenvolver um eventual interesse pelo empreendedorismo e/ou ter vivido um longo período de insatisfação suportando as privações de sua classe social. Esses são fatores que podem igualmente apresentar algum efeito sobre a autoeficácia, a intenção empreendedora e o hiato de gênero.

Levando-se tudo isso em conta, pode-se estimar que as influências que conduzem a uma superioridade contraintuitiva da universidade C sobre a B referente à autoeficácia e à intenção empreendedora explicam um efeito proporcionalmente maior para as estudantes do que para os estudantes. Daí, algumas perguntas podem aguçar a curiosidade daqueles interessados no assunto. Será que a atração pela mobilidade via empreendedorismo e pela mobilidade em geral age de modo diferente (e mais intenso que para outras estudantes universitárias) sobre as estudantes de classe social inferior? Caso afirmativo, como operam tais influências? Por que elas têm efeitos diferentes sobre as estudantes de classe inferior? Quais seriam as causas dessa diferença? Quais relações existiriam entre as influências, por um lado, e o contexto familiar e as dinâmicas de classe, por outro? Essas são questões aparentemente promissoras que podem gerar contribuições para o entendimento do tema em pesquisas futuras.

Quanto à hipótese H2a, não há independência estatística entre as amostras comparadas ($p < 0,05$ no teste do chi-quadrado). Não se confirma a ideia inspirada na literatura segundo a qual, entre as universitárias originárias de famílias das duas classes sociais, menos mulheres estudantes (do que homens estudantes) relatam ter seu próprio negócio. Nesse sentido, o resultado não reforça o hiato de gênero. Por outro lado, se considerarmos a hipótese H2b, há independência estatística entre as amostras ($p > 0,05$ no teste do chi-quadrado). Contudo, a hipótese não pode ser confirmada, pois a proporção de mulheres estudantes que têm um negócio ou são autoempregadas, na universidade C, é o dobro do que se observa na universidade B, ou seja, 1,2% e 0,6%, respectivamente. Uma vez mais, identificamos elementos que sugerem particularidades na relação entre mulheres estudantes, classe

social e empreendedorismo, principalmente porque as porcentagens para os estudantes homens são, respectivamente, 2,5% e 2%. A diferença entre os dois grupos de homens é de 25%, o que é inferior à diferença entre as duas amostras de mulheres (ver a tabela 3 dos anexos). Reforçam-se, diante disso, a atratividade e o caráter promissor das questões de pesquisa propostas nesta seção.

Nos resultados referentes à hipótese H3a, há uma forte tendência à não confirmação quando se trata das mulheres universitárias originárias da classe média superior. Dos onze itens considerados na tabela 4 (ver anexos), somente três (F, G e I) sustentam nossa hipótese. Por outro lado, quando se trata das estudantes da classe média inferior, a quase totalidade dos onze itens sustenta a confirmação. As exceções são os itens A e K. Isso significa que, proporcionalmente, mais estudantes mulheres (do que estudantes homens) da classe inferior relatam que contam com o apoio da família para empreender, o que não é o caso para as estudantes da classe superior.

Um eventual efeito de classe social poderia ser a causa dessa diferença, visto que as estudantes da universidade C se encontrariam em uma maior desvantagem de capitais – econômico, social, cultural e simbólico –, segundo Bourdieu (1979), em comparação a seus homólogos masculinos. Outra possibilidade é que tal desvantagem seja mais exatamente um resultado da autopercepção das estudantes do que algo real, mas que também as impulsiona a buscar a ajuda da família. É preciso considerar, ainda, uma eventual percepção das famílias de classe média baixa de que as filhas são mais frágeis do que os filhos e que, por isso, precisam de mais auxílio. Os dois efeitos de percepção podem ocorrer simultaneamente, intensificando-se mutuamente, associados a uma desvantagem real de recursos imposta pelo *status* social mais restritivo. De todo modo, o efeito da desvantagem de recurso parece se mostrar no teste da hipótese H3b. A escala considerada para esse teste contém sete itens (B, D, E, F, G, H e I) com medidas de apoio da família que são mais elevadas do que se vê para a classe média alta. Quatro outros itens não indicam o mesmo (A, C, J e K).

Considerando-se também o resultado contrário quanto às hipóteses H1b e H2b (que indicam que as estudantes da classe inferior têm mais empresas, autoeficácia e intenção de empreender do que as da classe superior), poder-se-ia supor que uma vontade maior de empreender anima as estudantes da universidade C, mais do que as da universidade B, a buscar o apoio da família para avançar em seus projetos de empreendimento.

O conjunto dos resultados reforça um dos pressupostos deste trabalho: a centralidade da família de origem no estabelecimento de grande número de determinantes da escolha, do interesse e da preparação de carreira dos filhos, além da determinação da classe social destes, obviamente. Como visto, não apenas pela transmissão da classe social aos filhos, a família exerce uma forte influência sobre as possibilidades de estudo em nível superior e sobre o potencial empreendedor dos filhos. A isso se junta, em particular para as estudantes, o apoio de que elas frequentemente se beneficiam para empreender. Percebe-se, assim, que o papel central da família de origem se estende muito além dos períodos mais evidentes e tradicionais de apoio, ou seja, a infância e a adolescência dos filhos.

Tal constatação está em consonância com uma das conclusões da ampla revisão de literatura feita por Jennings e Brush (2013): o empreendedorismo, além de ser um fenômeno que se manifesta segundo as particularidades próprias de cada um dos gêneros, está particularmente associado à família quando se trata das mulheres no mundo dos negócios. No entanto, observe-se que as duas autoras se referiam à literatura do empreendedorismo feminino relativa aos aspectos da própria família que as mulheres formam quando se casam e/ou têm filhos. O apoio da família de origem, um dos focos de nosso interesse, é ainda pouco estudado, principalmente no Brasil e na América Latina. Quando do estudo da questão, seria interessante buscar compreender, por exemplo, os efeitos sobre o apoio familiar do capital simbólico "mulher como sexo frágil" e do senso de proteção (e por que não também do machismo?), comuns em sociedades como a brasileira.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Deve haver pouca dúvida quanto ao prestígio de uma instituição educacional que alguém frequenta ter um vínculo estreito com importantes facetas das classes sociais, especialmente no que se refere aos relevantes capitais destacados por Bourdieu, isto é, os capitais econômico, social, cultural e simbólico. Parece evidente que o prestígio de uma instituição de ensino é um indicativo mais completo de classe social do que a renda familiar, sendo muito menos enviesado do que medidas autoatribuídas, sujeitas à perspectiva pessoal de cada respondente quanto à classe social e sua interação com questões como autoimagem, ideologia e identidade. Por essa razão, estávamos ansiosos para realizar um trabalho pioneiro sobre a relação entre gênero e classe social, via prestígio institucional, em conexão com aspectos do empreendedorismo. Sentimo-nos realizados e fascinados com os resultados obtidos, particularmente em seus aspectos contraintuitivos.

Contudo, como a maioria das pesquisas, nosso estudo levanta muito mais questões do que respostas. O achado menos surpreendente – de que um hiato de gênero substancial existe entre estudantes quanto à autoeficácia, à intenção empreendedora e a posse de seu próprio negócio – sugere que as conquistas nos estudos por si só não suprimem tal hiato. Nas duas universidades, os homens mostraram-se mais confiantes em sua capacidade para empreender, sendo mais frequentemente responsáveis pela fundação de seu próprio negócio. Sob alguns aspectos, o hiato de gênero, que já foi caracterizado em muitos estudos sobre o comportamento empreendedor, parece ser atenuado pela vinculação a uma universidade de elite, mas, sob a maioria dos aspectos, o oposto parece ocorrer em nossas amostras. Mesmo se mostrando menos confiantes quanto a sua capacidade de empreender e apresentando menor frequência de criação de um ou mais negócios do que seus homólogos masculinos, as estudantes da universidade de menor prestígio em nossas amostras tiveram uma frequência de criação de negócio e uma autoeficácia mais elevadas do que as estudantes da universidade de maior prestígio.

Adicionalmente, nuances interessantes foram apresentadas caracterizando mais detalhadamente o quadro geral de resultados. Dentre elas, a mais fascinante e consistente é relativa ao apoio familiar para a atividade empreendedora. Da oferta de empréstimos com baixos juros ou sem juros até a ajuda com contatos e conhecimento para fundar uma nova empresa, as estudantes de ambas as universidades perceberam que tinham recebido mais apoio de sua família do que ocorreu com os estudantes homens. Além disso, as estudantes da instituição de maior prestígio perceberam que tinham recebido mais apoio familiar do que suas homólogas da instituição de menor prestígio. Assim, em termos que variam da oferta de recursos financeiros à ajuda com contatos e conhecimentos, as famílias das estudantes empreendedoras de classe mais elevada parecem oferecer melhor apoio ao empreendedorismo feminino. No apoio recebido da família, os estudantes mostraram-se em vantagem frente às estudantes apenas quanto à oferta de empréstimos com juros de mercado.

Nada em nossa revisão da literatura corrente ou clássica parece explicar essa aparente anomalia, e, indubitavelmente, apenas estudos futuros, talvez de natureza qualitativa, poderão fazê-lo. Não obstante, acreditamos ser importante explorar algumas explicações possíveis, que poderão ser aproveitadas em estudos futuros mais aprofundados. Uma explicação menos inspiradora seria a de que as mulheres estão acentuando sua percepção do apoio familiar em contraste com a tradicional preferência familiar por iniciativas empreendedoras masculinas, que são mais culturalmente aceitáveis e apresentam maior tendência a evitar a diluição do controle do negócio pela inclusão nele de uma figura potencialmente dominante via casamento. O matrimônio de uma filha teria maior tendência a incluir nos negócios a figura mais potencialmente dominante de um homem, seu marido. Em outras palavras, devido ao favorecimento tradicional dos homens nos negócios, qualquer apoio familiar oferecido às mulheres pode ser majorado na percepção destas.

Há também outra possibilidade, mais coerente com as pesquisas existentes que documentam maior dependência feminina em relação à família em todos os aspectos, inclusive quanto ao empreendedorismo. Parece possível que, diante das incertezas crescentes para as pessoas se casarem, quanto à duração dos casamentos já ocorridos e à segurança e ao valor do apoio financeiro vindo dos homens, as famílias ofereçam maior apoio para negócios de suas filhas como meio de redução de vulnerabilidade e de aumento de segurança no contexto atual mutável e incerto.

Essa explicação se mostra, contudo, questionável, tendo em vista o apoio comparativamente maior que as mulheres parecem receber de suas famílias na universidade de *status* mais elevado. Visto que as classes mais elevadas tendem a ser menos vulneráveis a variações financeiras resultantes do rompimento de casamentos e em função da taxa mais baixa de divórcios na classe mais elevada, poder-se-ia esperar que os alunos da universidade de classe mais baixa recebessem maior apoio familiar para o empreendedorismo feminino.

Outra explicação plausível tem relação com a natureza de nossas amostras. É possível que, se mulheres estiverem estudando em qualquer universidade, sua família apoie mais suas filhas do que a média da população o faz e que tal predisposição se manifeste também no apoio ao empreendedorismo feminino. Embora os *insights* deste estudo devam ser ponderados à luz do fato de que nossas amostras são substancialmente diferentes da população geral brasileira, essa não é nossa principal explicação, novamente devido à comparação dos resultados para as estudantes das universidades de classe alta e baixa. Uma vez que o apoio às mulheres parece substancialmente maior na universidade de classe social mais elevada, onde estas têm sido menos discriminadas em termos de oportunidade para estudar, essa possibilidade explicativa nos parece mais remota do que as precedentes.

Finalmente, tendo em vista a disciplina tradicionalmente frouxa e a baixa responsabilidade atribuída aos homens na cultura machista latino-americana, o maior apoio oferecido pelas famílias ao empreendedorismo feminino pode simplesmente refletir a percepção da família de que o investimento de recursos em uma empresa fundada por uma filha é mais bem-empregado do que seria no suporte a uma empresa criada por um filho.

Essas explicações não são, por definição, mutuamente excludentes, e há indubitavelmente outras possibilidades que não nos ocorreram. Focar suas dinâmicas e implicações poderia gerar muitas oportunidades de pesquisa para pesquisadores interessados em gênero, classe social e empreendedorismo. Quaisquer que sejam os resultados dos estudos futuros, acreditamos que a combinação simultânea de níveis mais baixos de autoconfiança, motivação e envolvimento em atividades empreendedoras desenvolvidas por mulheres, com o maior apoio familiar para estas (e particularmente para mulheres matriculadas em uma universidade de classe mais elevada), representa um importante tema de pesquisa nos âmbitos teórico e prático, tema cujo estudo pode aprofundar o entendimento acerca dos fenômenos sociais.

Os resultados da pesquisa aqui apresentada, uma vez aprofundados com estudos adicionais, poderiam inspirar políticas públicas e melhorias da educação superior em empreendedorismo que levem em conta as diferenças de gênero e de classe social. Nessa ótica, eles tendem a ser particularmente pertinentes para o contexto dos países emergentes. Como a fundamentação teórica deste artigo já sinalizava, tais países obteriam um real benefício no aperfeiçoamento do conhecimento sobre as interações entre empreendedorismo, classe social e gênero. A razão central disso é a existência, nesses países, de uma porcentagem elevada da população ainda pertencente à classe C. Trata-se de uma parte da população que poderia beneficiar sobremaneira seu país por meio do empreendedorismo, melhorar sua própria condição de vida e, ainda, aproveitar os frutos da mobilidade social.

Bem antes dos estudos de gênero, o estudo sobre classes sociais já possuía uma trajetória longa e diversificada, marcada por debates por vezes inflamados e por uma polarização ideológica. O papel do empreendedorismo na evolução da condição social das pessoas e na mobilidade social é de importância crucial, mas é ainda imperfeitamente compreendido quanto às mulheres, em particular no contexto latino-americano, historicamente contrastante em sua estrutura de classe e limitado por seu fraco potencial de mobilidade social. Mesmo que a modesta contribuição que oferecemos neste artigo tenha apenas um objetivo relativamente restrito, certo número de interpretações teóricas baseadas nesses resultados poderia avançar graças a várias orientações teóricas, que não podemos agora desenvolver aqui.

REFERÊNCIAS

ACEMOGLU, D.; ZILIBOTTI, F. Was Prometheus Unbound by Chance? **Journal of Political Economy**, v. 105, n. 4, p. 709-51, 1997.

ALDRICH, H. E.; RENZULLI, L.; LANGTON, N. Passing on Privilege: Resources Provided by Self-Employed Parents to their Self-Employed Children. In: LEICHT, K. (ed.). **Research in Social Stratification and Mobility**. Greenwich: JAI Press. 1998, p. 291-318.

AMORÓS, J.; CRISTI, O. Poverty, Human Development and Entrepreneurship. In: MINITTI, M. (ed.). **The Dynamics of Entrepreneurship: Theory and Evidence**. Oxford: Oxford University Press. 2010.

ANTHIAS, F.; MEHTA, N. The Intersection between Gender, the Family and Self-employment: the Family as a Resource. **International Review of Sociology**, v. 13, n. 1, p. 105-116, 2003.

ARONSON, R. L. **Self-Employment: A Labor Market Perspective**. Ithaca: ILR Press. 1991.

AUDRETSCH, D. B.; BÖNTE, W.; TAMVADA, J. P. Religion, Social Class, and Entrepreneurial Choice. **Journal of Business Venturing**, v. 28, p. 774-789, 2013.

BANDURA, A. **Self-efficacy: The Exercise of Control**. New York: Freeman. 1997.

BANFIELD, E. C. *The* **Unheavenly City Revisited**. New York: Little Brown. 1974.

BERGMANN, H. Opportunity-Recognition Beliefs among Student Entrepreneurs – Spotting a Business Opportunity from the Ivory Tower. In: Academy of Management Meeting. Boston. **Anais...** 2012.

BLACK, S. E.; DEVEREUX, P. J. Recent Developments in Intergenerational Mobility. In: ASHENFELTER, O.; CARD, D. (eds). **Handbook of Labor Economics**. Amsterdam: North Holland. 2011, p. 1487-1541.

BLANCHFLOWER, D. G. Self-employment: More May not be Better. **Swedish Economic Policy Review**, v. 11, p 15-73, 2004.

BOURDIEU, P. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva. 1987.

BOURDIEU, P. **La distinction : critique sociale du jugement**. Paris : Éditions de Minuit. 1979.

BOWLES, S.; GINTIS, H.; GROVES, M. O. **Unequal Chances: Family Background and Economic Success**. Princeton: Princeton University Press. 2005.

BRUIN, A.; BRUSH, C. G.; WELTER, F. Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 5, p. 585-593, 2006.

BRUSH, C. G. Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 16, n. 4, p. 5-31, 1992.

CARR, J. C., SEQUEIRA, J. M. Prior Family

Business Exposure as Intergenerational Influence and Entrepreneurial Intent: A Theory of Planned Behavior Approach. **Journal of Business Research**, v. 60, p. 1090-1098, 2007.

CARRIER, C. ; JULIEN, P.-A. ; MENVIELLE, W. Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. **Gestion**, v. 31, n. 2, p. 36-50, 2006.

CARTER, N. M.; GARTNER, W. B.; SHAVER, K. G.; GATEWOOD, E. The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 1, p. 13-39, 2003.

CHEN, C.; GREENE, P. G.; CRICK, A. Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers? **Journal of Business Venturing**, v. 13, p. 295-316, 1998.

COLE, S.; SAMPSON, T.; ZIA, B. Prices or Knowledge? What Drives Demand for Financial Services in Emerging Markets? Journal of Finance, v. 66, n. 6, p. 1933-1967, 2011.

COSTA, P. R. N. Elite Empresarial e Elite Econômica: O Estudo dos Empresários. **Revista de Sociologia e Política**, v. 22, n. 52, p. 47-57, 2014.

COWLING, M.; TAYLOR, M. Entrepreneurial Women and Men: Two Different Species? **Small Business Economics**, v. 16, n. 3, p. 167-176, 2001.

DOEPKE, M.; ZILIBOTTI, F. Social Class and the Spirit of Capitalism. **Journal of the European Economic Association**, v. 3, p. 516-24, 2005.

DOHMEN, T.; FALK, A.; HUFFMAN, D.; SUNDE, U. The Intergenerational Transmission of Risk and Trust Attitudes. **Review of Economic Studies**, v. 79, n. 2, p. 645-677, 2012.

DOLTON, P. J.; MAKEPEACE, G. H. Self-Employment among Graduates. **Bulletin of Economic Research**, v. 42, n. 1, p. 35-53, 1990.

DUNN, T.; HOLTZ-EAKIN, D. Financial Capital, Human Capital, and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links. **Journal of Labor Economics,** v. 18, n. 2, p. 282-305, 2000.

DURIETZ, A.; HENDERSON, M. Testing the Female Underperformance Hypothesis. **Small Business Economics**, v. 14, p. 1-10, 2000.

ERKKO, A.; ACS, Z. Intellectual Property Protection and the Formation of Entrepreneurial Growth Aspirations. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 4, n. 3, p. 234-251, 2010.

EVANS, D. S.; LEIGHTON, L. S. Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. **American Economic Review**, v. 79, n. 3, p. 519-535, 1989.

FRIGOTTO, G. **Educação e a Crise do Capitalismo Real** . 2 ed. São Paulo: Cortez. 1996

GALOR, O.; WEIL, D. N. Population, Technology and Growth: From the Malthusian Regime to the Demographic Transition. **American Economic Review**, v. 90, p. 806-828, 2000.

GEORGELLIS, Y.; WALL, H. Gender Differences in Self-employment. **International Review of Applied Economics**, v. 19, p. 321–337, 2005.

GHOBRIL, A. N.; CARVALHO FILHO, A. F.; FORTE, D.; NAKAMURA, W. T. Propensão a Empreender de Estudantes Universitários no Brasil. **FACEF Pesquisa**, v. 7, p. 1-16, 2006.

GREENE, P. G.; BRUSH, C. G.; GATEWOOD, E. Perspectives on Women Entrepreneurs: Past Findings and New Directions. In: MINNITI, M. (ed.). **Entrepreneurship: The Engine of Growth**, v. 1. Londres: Praeger Publisher. 2007.

GREVE, A.; SALAFF, J. W. Social Networks and Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, n. 1, p. 1-22, 2003.

GUROL, Y.; ASTAN, N. Entrepreneurial Characteristics among University Students: some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. **Education and Training**, v. 48, n. 1, p. 25-38, 2006.

HANSEN, G. D.; PRESCOTT, E. C. Malthus to Solow. **American Economic Review**, v. 92, n. 4, p. 1205-17, 2002.

HUNDLEY, G. Family Background and the Propensity for Self-Employment. **Industrial Relations**, v. 45, n. 3, p. 377-392, 2006.

HUQ, A.; RICHARDSON, P. Business Ownership as an Economic Option for Middle-Income educated urban women in Bangladesh. **Frontiers of Entrepreneurship**, Babson College, 1997.

JENNINGS, J. E.; BRUSH, C. Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? **The Academy of Management Annals**, v. 7, n. 1, p. 661-713, 2013.

JONES, K. (2000). Psychodynamics, Gender, and Reactionary Entrepreneurship in Metropolitan São Paulo, Brazil. **Women in Management Review**, v. 15, n. 4, p. 207-220, 2013.

JONES, K.; TULLOUS, R. Behaviors of Pre-venture Entrepreneurs and Perceptions of their Financial Needs. **Journal of Small Business Management**, v. 40, n. 3, p. 233-249, 2002.

JUSTO, R.; DETIENNE, D. R. Gender, Family Situation and the Exit Event: Reassessing the Opportunity-Cost of Business Ownership. Madrid. IE Business School Working Paper WP08–26. 2008.

KANTIS, H.; FEDERICO, J. S.; TRAJTERBERG, L. A. Entrepreneurship, Economy Mobility, and Entrepreneurial Propensity: A Regional View Based on the Analysis of Selected Latin American Coutries, working paper, Inter-American Development Bank, Department of Research and Chief Economist. 2012. Recuperado de http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36985865 em 30 de junho de 2015.

KARABEL, J.; ALEXANDER, A. Social Class, Academic Ability and College Quality. **Social Forces**, v. 53, n. 3, p. 381-398, 1975.

KHARAS, H. The Emerging Middle Class in Developing Countries. OCDE. 2010. Recuperado de https://www.oecd.org/dev/44457738.pdf em 30 de junho de 2015.

KIM, P. H.; ALDRICH, H. E. Social Capital and Entrepreneurship. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, v. 1, n. 2, p. 55-104, 2005.

KLYVER, K.; NIELSEN, S. L.; Evald, M. R. Women's Self-employment: An Act of Institutional (dis) Integration? A Multilevel, Cross-country Study. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 4, p. 474-488, 2013.

KOURILSKY, M .; WALSTAD, M. Entrepreneurship and the female youth: Knowledge, attitudes, gender differences and educational practices. **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 1, p. 77-88, 1998.

KRUEGER, Norris. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 18, n. 1, p. 5-22, 1993.

LASPITA, S.; BREUGST, N.; HEBLICH, S.; PATZELT, H. Intergenerational Transmission of Entrepreneurial Intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 27, n. 4, p. 414-435, 2012.

LEE, M. A.; RENDALL, M. S. Self-employment Disadvantage in the Working Lives of Blacks and Females. **Population Research and Policy Review**, v. 20, n. 4, p. 291-320, 2001.

LEVENSON H. Multidimensional Locus of Control in Psychiatric Patients. **Journal of Consulting and Clinical Psychology**, v. 41, n. 3, p. 397-404, 1973.

LEVY, P. S.; LEMESSHOW, S. **Sampling of Populations: Methods and Applications**. Nova Iorque: John Wiley & Sons. 1999.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**,

v. 19, n. 4, p. 419, 2015. Recuperado de http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_1606.pdf em 30 de junho de 2015.

LIMA, E.; LOPES, R. M.; NASSIF, V.; SILVA, D. Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 4, p. 1033-1051, 2015.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.

LUZURIAGA, L. **História da Educação Pública**. 2 ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional. Atualidades Pedagógicas, v. 71, 1959.

MANACORDA, M. A. **Marx e a Pedagogia Moderna**. São Paulo: Cortez. 1991.

MANACORDA, M. A. **História da Educação: da Antiguidade aos Novos Dias**. 10 ed. São Paulo: Cortez. 2002.

MARX, K. **Capital**. Nova Iorque: International Press. 1973.

MATTHEWS, C. H.; MOSER, S. B. A Longitudinal Investigation of the Impact of Family Background and Gender on Interest in Small Firm Ownership. **Journal of Small Business Management**, v. 34, n 2, p. 29-43, 1996.

MINNETI, M.; NAUDÉ, W. What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries? **European Journal of Development Research**, v. 22, n. 3, p. 277-293, 2010.

MINNITI, M.; ALLEN, E.; LANGOWITZ, N. The 2005 Global Entrepreneurship Monitor Special Topic Report: Women in Entrepreneurship. Center for Women Leadership, Babson College. 2006.

MINNITI, M.; ARENIUS, P.; LANGOWITZ, N. The 2004 Global Entrepreneurship Monitor Special Topic Report: Women in Entrepreneurship. Center for Women Leadership, Babson College. 2005.

NEUMARK, D.; MCLENNAN, M. Sex Discrimination and Women's Labor Market Outcomes. **The Journal of Human Resources**, v. 30, p. 713–740, 1995.

PONCE, A. **Educação e Luta de Classes**. 6 ed. São Paulo: Cortez. Coleção Educação Contemporânea. 1986.

ROMANELLI, O. **História da Educação no Brasil**. 27 ed. Petrópolis: Vozes. 2002.

SAINI, J. S. Economic Development and Entrepreneurship. In: SAINI, J. S.; GURJAR, B. R. (eds.). **Entrepreneurship and Education Challenges and Strategies**. Jaipur: Rawat Publications. 2001.

SAVIANI, D. **Escola e Democracia**. 31 ed. Campinas: Autores Associados. Polêmicas do Nosso Tempo, v. 5. 1997.

SCHILLER, B.; CREWSON, P. Entrepreneurial Origins: A Longitudinal Inquiry. **Economic Inquiry**, v. 35, n. 3, p. 523-531, 1997.

SCHROEDER, E.; RODERMUND, E. S. Crystallizing Enterprising Interests among Adolescents through a Career Development Programme: the Role of Personality and Family Background. **Journal of Vocational Behavior**, v. 69, n. 3, p. 494-509, 2006.

SHANE, S. **The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths that Entrepreneurs, Investor, and Policy Makers Live by**. New Haven: Yale University Press. 2008.

SHANE, S. Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs is Bad Public Policy. **Small Business Economics**, v. 33, n. 2, 141-49, 2009.

SHAO, H.; SEIBERT, S. E.; HILLS, G. E. The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions.

Journal of Applied Psychology, v. 90, n. 6, p. 1265-1272, 2005.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. The Social Dimensions of Entrepreneurship. In: KENT, C., SEXTON, D., VESPER, K. **Encyclopedia of Entrepreneurship**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. 1982, p. 72-90.

SIEGER, P.; FUEGLISTALLER, U.; ZELLWEGER, T. Entrepreneurial Intentions and Activities of Students Across the World. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG). 2011. Recuperado de http://www.guesssurvey.org em 30 de junho de 2015.

SIEGER, P.; MONSEN, E. Founder, Academic, or Employee? A Nuanced Study of Career Choice Intentions. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. S1, p. 30-57, 2015.

SINGER, S.; AMORÓS, J. E.; ARREOLA, D. M. Global Entrepreneurship Monitor - 2014 Global Report. 2015. Recuperado de http://www.gemconsortium.org/docs/download/3616 em 30 de junho de 2015.

SOLIMANO, A. Towards New Social Policies in Latin America: Growth, the Middle Class and Social Rights. **ECLAC Review**, v. 87, p. 45-60, 2005.

SOUITARIS, V.; ZERBINATI, S.; AL-LAHAM, A. Do Entrepreneurship Programs Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 4, p. 566-591, 2007.

SPERA, C.; MATTO, H. C. A Contextual-Congruence Model of Socialization. **Family in Society**, v. 88, n. 4, p. 551-560, 2007.

VOLLAND, B. On the Intergenerational Transmission of Preferences. **Journal of Bioeconomics**, v. 15, n. 3, p. 217-249, 2013.

WANG, C. K.; WONG, P.-K. Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore. **Technovation**, v. 24, n. 2, p. 163-172, 2004.

WEBER, M. **Economy and Society** (Wirtschaft und Gesellschaft). Koln: Lingen. 1930.

ZELLWEGER, T.; GANTER, M.; SIEGER, P.; PATEL, P. How Much Am I Expected to Pay for my Parents' Firm? An Institutional Logics Perspective on Family Discounts. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. No prelo. 2015.

ZELLWEGER, T.; SIEGER, P.; HALTER, F. Should I Stay or Should I Go? Career Choice Intentions of Students with Family Business Background. **Journal of Business Venturing**, v. 26, n. 5, p. 521-536, 2011.

ANEXOS

Seguem aqui os resultados dos testes das hipóteses H1 e H1b, referentes à autoeficácia, com base no teste U de Mann-Whitney, posto que o teste Kolmogorov-Smirnov ($p < 0,05$) indicou que os dados em questão não apresentam uma distribuição normal.

Tabela 1- Autoeficácia dos estudantes

(Segundo uma escala de sete pontos; questão: Por favor, marque seu nível de certeza de que vai desempenhar os seguintes papéis / tarefas. Respostas possíveis: "1- completamente inseguro" a "7- completamente seguro")

Item	Estatística	Par 1 Para a hipótese H1a		Par 2 Para a hipótese H1a		Par 3 Para a hipótese H1b		H1a	H1a	H1b
		Mulheres Universidade C	Homens Universidade C	Mulheres Universidade B	Homens Universidade B	Mulheres Universidade C	Mulheres Universidade B	Mulheres C < Homens C ?	Mulheres B < Homens B ?	Mulheres C < Mulheres B ?
A- Estabelecer e atingir metas e objetivos	Rank médio	6.683,90	6.576,18	702,79	683,96	4.222,03	3.962,40	**Não Sem diferença** ($p = 0,084$ bilateral) Diferença = (não significante)	**Não Sem diferença** ($p = 0,357$ bilateral) Diferença = (não significante)	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 6,15%
	n	7.618	5.657	777	611	7.618	777			
B- Gerar novas ideias	Rank médio	6.498,37	6.782,74	660,10	734,79	4.255,50	3.520,79	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 4,38%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 11,31%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 17,26%
	n	7.599	5.639	775	610	7.599	775			
C- Desenvolver novos produtos e serviços	Rank médio	6.295,78	7.014,16	647,82	751,61	4.242,05	3.531,22	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 11,41%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 16,02%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 16,76%
	n	7.575	5.628	776	610	7.575	776			
D- Fazer análises financeiras	Rank médio	6.347,22	6.953,13	646,98	753,89	4.267,36	3.311,70	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 9,55%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 16,52%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 22,40%
	n	7.579	5.631	777	610	7.579	777			
E- Reduzir riscos e incertezas	Rank médio	6.345,38	6.955,72	641,11	761,17	4.258,62	3.395,90	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 9,62%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 18,73%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 20,26%
	n	7.580	5.630	776	611	7.580	776			
F- Assumir riscos calculados	Rank médio	6.244,79	7.046,48	632,22	766,74	4.219,23	3.602,99	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 12,84%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 21,28%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 14,60%
	n	7.550	5.623	773	609	7.550	773			
G- Tomar decisões em situações de incerteza e risco	Rank médio	6.364,85	6.896,09	651,62	744,52	4.194,17	3.901,99	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 8,35%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 14,26%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 6,97%
	n	7.558	5.624	775	609	7.558	775			
H- Administrar o tempo estabelecendo metas	Rank médio	6.574,00	6.625,60	690,92	692,24	4.202,96	3.852,78	**Não** Sem diferença ($p = 0,418$ bilateral) Diferença = (Não significative)	**Não** Sem diferença ($p = 0,949$ bilateral) Diferença = (Não significative)	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 8,33%
	n	7.567	5.624	773	609	7.567	773			
I- Responsabilizar-me por ideias e decisões	Rank médio	6.389,67	6.821,57	667,17	712,32	4.164,25	4.048,32	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 6,76%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 6,77%	**Não Sem diferença** ($p = 0,172$ bilateral) Diferença = - 2,78%
	n	7.536	5.611	770	603	7.536	770			
J- Começar minha própria empresa	Rank médio	6.145,69	7.148,89	636,09	758,36	4.202,37	3.670,59	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 16,32%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 19,22%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 12,65%
	n	7.534	5.613	771	608	7.534	771			
K- Conduzir minha própria empresa ao sucesso	Rank médio	6.131,74	7.125,99	631,51	754,19	4.152,34	3.631,74	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 16,21%	**Sim** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = 19,43%	**Não, ao contrário** ($p < 0,05$ bilateral) Diferença = - 12,54%
	n	7.445	5.584	762	609	7.445	762			

Escala baseada em Chen, Greene e Crick (1998), excluindo-se os itens relativos ao fundador.

As tabelas seguintes apresentam resultados para as outras hipóteses a partir de testes U de Mann-Whitney e chi-quadrado. O teste Kolmogorov-Smirnov ($p < 0,05$) mostrou que os dados em questão não tinham distribuição normal.

Tabela 2- Intenção empreendedora

(Segundo uma escala de sete pontos; questão: Por favor, indique seu nível de concordância com as afirmativas seguintes. Respostas possíveis: "1- discordo totalmente" a "7- concordo totalmente").

Item	Estatística	Par 1 Para a hipótese H1a		Par 2 Para a hipótese H1a		Par 3 Para a hipótese H1b		H1a	H1a	H1b
		Mulheres Universidade C	Homens Universidade C	Mulheres Universidade B	Homens Universidade B	Mulheres Universidade C	Mulheres Universidade B	Mulheres C < Homens C?	Mulheres B < Homens B?	Mulheres C < Mulheres B?
A- Para mim, ser um empreendedor implica em mais vantagens do que desvantagens para mim.	Rank médio	6.219,68	6.898,74	652,99	743,83	4.117,70	4.083,76	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 10,92%	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 13,91%	**Não Sem diferença** (Teste U; p = 0,699 bilateral) Diferença = (Não significante)
	n	7.453	5.566	775	610	7.453	775			
B- Uma carreira como empreendedor é atrativa para mim.	Rank médio	6.145,05	7.001,46	642,35	759,60	4.141,31	3.883,42	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 13,94%	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 18,25%	**Não, ao contrário** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = - 6,23%
	n	7.457	5.564	776	611	7.457	776			
C- Se tivesse a oportunidade e os recursos, eu me tornaria um empreendedor.	Rank médio	6.276,83	6.954,14	645,52	753,51	4.194,51	3.776,79	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 10,79%	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 16,73%	**Não, ao contrário** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = - 9,56%
	n	7.534	5.596	776	609	7.534	776			
D- Ser um empreendedor traria grande satisfação para mim.	Rank médio	6.201,68	6.922,53	635,76	757,97	4.165,90	3.633,83	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 11,62%	**Sim** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = 19,22%	**Não, ao contrário** (Teste U; p < 0,05 bilateral) Diferença = - 12,77%
	n	7.459	5.559	772	606	7.459	772			
E- A proporção de estudantes da universidade C que têm sua própria empresa (1,2%) é o dobro da dos estudantes da universidade B (0,6%), como mostra a tabela 3. A mesma tabela mostra que os homens estudantes da universidade C têm uma proporção 25% mais elevada que seus homólogos da outra universidade.								XX	XX	**Não, ao contrário** ($\chi^2_{(2)} = 2,162$; $p = 0,339$)
F- Por gentileza, indique se você tem pensado e o quão seriamente tem pensado em criar seu próprio negócio.	% Nunca ou apenas em linhas ge -rais**	56,5	42,2	60,6	43,6	56,5	60,6	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(5)} = 406,886$; $p < 0,05$)	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(5)} = 406,886$; $p < 0,05$)	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(5)} = 406,886$ $p < 0,05$)
	n	4.348	2.414	474	268	4.348	474			

Fonte: itens do questionário do projeto GUESSS (ver, por exemplo, Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011) desenvolvidos a partir de vários trabalhos em empreendedorismo.

** Este item agrupa duas possibilidades de resposta de um total de nove, que incluem também: "repetidamente", "é algo relativamente concreto", "eu tomei a decisão explícita de fundar uma empresa", "eu tenho uma previsão consistente de datas para dar os diferentes passos da fundação", "eu já comecei a realização da fundação", "eu já sou meu próprio patrão na empresa que fundei", "eu já fundei mais de uma empresa e estou atuando em pelo menos uma delas".

Tabela 3- Ter sua própria empresa ou ser autônomo

Item	Estatística	Par 1 Para a hipótese H2a		Par 2 Para a hipótese H2a		Par 3 Para a hipótese H2b		H2a	H2a	H2b
		Mulheres Universidade C	Homens Universidade C	Mulheres Universidade B	Homens Universidade B	Mulheres Universidade C	Mulheres Universidade B	Mulheres C < Homens C?	Mulheres B < Homens B?	Mulheres C < Mulheres B?
A- Sem empresa e não é autônomo(a).	%	98,6	96,5	99,2	97,2	98,6	99,2	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(2)} = 77,996$; $p < 0,05$)	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(2)} = 8,771$; $p < 0,05$)	**Não, ao contrário: as C têm mais empresas** ($\chi^2_{(2)} = 2,162$; $p = 0,339$)
	n	7.585	5.521	776	598	7.585	776			
B- Eu já sou meu próprio patrão na empresa que eu fundei.	%	1,2	2,5	0,6	2,0	1,2	0,6	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(2)} = 77,996$; $p < 0,05$)	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(2)} = 8,771$; $p < 0,05$)	**Não, au contrário** ($\chi^2_{(2)} = 2,162$; $p = 0,339$)
	n	95	145	5	12	95	5			
C- Eu já fundei mais de uma empresa e estou atuando em pelo menos uma delas.	%	0,1	0,9	0,1	0,8	0,1	0,1	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(2)} = 77,996$; $p < 0,05$)	**Não dados não independentes** ($\chi^2_{(2)} = 8,771$; $p < 0,05$)	**Não** ($\chi^2_{(2)} = 2,162$; $p = 0,339$)
	n	10	54	1	5	10	1			

Fonte: questões do questionário do projeto GUESSS (ver, por exemplo, Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011).

Tabela 4- Apoio da família para empreender

(Segundo uma escala de sete pontos; questão: Por gentileza, marque em que medida se aplicam a você as próximas afirmativas sobre o apoio de sua família a suas atividades como empreendedor. Respostas possíveis: “1- nem um pouco” a “7- muitíssimo”)

Item	Estatística	Par 1 Para a hipótese H3a		Par 2 Para a hipótese H3a		Par 3 Para a hipótese H3b		H3a	H3a	H3b
		Femmes Université C	Hommes Université C	Femmes Université B	Hommes Université B	Femmes Université C	Femmes Université B	Mulheres C > Homens C?	Mulheres B > Homens B?	Mulheres C < Mulheres B?
A- Minha família me empresta capital que eu tenho que pagar regularmente a eles com juros.	Rank médio	--	--	--	--	1 756,59	1 602,94	**Não Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Não Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Não, au contrário** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 8,75%
	n	--	--	--	--	3 189	297			
B- Minha família me empresta capital sem a necessidade de sem juros e que pode ser perdido se o negócio falir.	Rank médio	3 159,04	3 072,21	--	--	1 725,55	1 877,14	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 2,75%	**Não Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = 8,78%
	n	3 179	3 053	--	--	3 179	297			
C- O capital oferecido por minha família é um empréstimo em condições flexíveis e facilitadas (p. ex.: baixas taxas de juros).	Rank médio	3 162,10	3 033,39	--	--	--	--	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 4,07%	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)
	n	3 159	3 038	--	--	--	--			
D- Minha família me fornece contatos com pessoas que podem me ajudar na carreira de empreendedor.	Rank médio	3 191,13	3 007,05	--	--	1 711,51	1 923,80	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 5,77%	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = 12,40%
	n	3 165	3 036	--	--	3 165	293			
E- Minha família me apresenta pessoas de sua rede de relação de negócios, oferecendo-me contato com possíveis parceiros e/ou clientes.	Rank médio	3 186,33	2 996,32	--	--	1 701,53	1 934,53	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 5,96%	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = 13,69%
	n	3 147	3 038	--	--	3 147	295			
F- Minha família me transmite conhecimentos gerais sobre como "tocar" um negócio.	Rank médio	3 239,21	2 948,44	319,40	301,55	1 698,80	2 008,87	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 8,98%	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 5,59%	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = 18,25%
	n	3 153	3 039	293	326	3 153	297			
G- Minha família me transmite conhecimentos ligados ao meu setor de atividade sobre como oferecer serviços e como produzir os produtos.	Rank médio	3 239,16	2 944,21	325,64	295,76	1 710,57	1 873,36	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 9,10%	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 9,17%	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = 9,52%
	n	3 153	3 035	295	324	3 153	295			
H- Meus pais / minha família são meus mentores ou coachs nas minhas atividades de empreendedor.	Rank médio	3 219,84	2 972,03	--	--	1 717,54	1 857,29	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 7,70%	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = 8,14%
	n	3 162	3 034	--	--	3 162	296			
I- Minha família me fornece locais/ infraestrutura para minhas atividades de empreendedor.	Rank médio	3 138,56	3 029,58	326,37	296,10	1 702,69	1 863,33	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 3,47%	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 9,27%	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = 9,43%
	n	3 137	3 032	295	325	3 137	295			
J- Meus pais/minha família me concedem acesso a uma rede de distribuição para minha empresa.	Rank médio	3 148,03	3 006,30	--	--	--	--	**Sim** (Teste U; p < 0,05) Diferença = - 4,50%	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)
	n	3 136	3 020	--	--	--	--			
K- Pensando em todos os possíveis recursos que minha família me fornece, eu sou completamente independente dela para decidir como alocá-los e usá-los.	Rank médio	--	--	--	--	--	--	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)	**Non Sem diferença** (p > 0,05 bilateral) Diferença = (não significante)
	n	--	--	--	--	--	--			

Fonte: escala desenvolvida no projeto GUESSS (ver, por exemplo, Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011) a partir de vários trabalhos sobre capital social e capital humano.